

2022

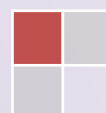
III Всеукраїнська науково - практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих учених

«Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти»

24 – 25 листопада 2022 р.



Український державний університет науки і технологій
Кафедра управління фінансами, облікової аналітики
та моніторингу бізнесу
26.11.2022



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Інститут модернізації змісту освіти

Український державний університет науки і технологій

Українська інженерно-педагогічна академія

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Львівський національний університет природокористування

Полтавська державна аграрна академія

Збірник матеріалів

***III Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів
вищої освіти та молодих учених***

***«Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва:
теоретичний та практичний аспекти»***

24-25 листопада 2022 р.

м. Дніпро

Лист МОН України від 12.01.2022 №22.1/10-28

УДК 330.111.66:316.422

Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти: Збірник матеріалів III Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених (24 – 25 листопада 2022 р.). – Дніпро: УДУНТ, 2022. – 193 с.

У збірнику містяться матеріали III Всеукраїнської науково - практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Фінансово-економічні механізми розвитку підприємництва: теоретичний та практичний аспекти» (24 – 25 листопада 2022 р.). Для науковців, викладачів, фахівців-практиків, студентів економічних спеціальностей

Програмний комітет конференції:

Божанова О.В., к.е.н., доцент, в.о. декана факультету економіки та менеджменту Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

Акімова Т.В., к.е.н., доцент, в.о. завідувачки кафедри управління фінансами, облікової аналітики та моніторингу бізнесу Навчально-наукового інституту «Інститут промислових та бізнес технологій» Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

Бобиль В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування Навчально-наукового інституту «Дніпровський інститут інфраструктури і транспорту» Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

Прохорова В.В., д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки та менеджменту Української інженерно-педагогічної академії, м. Харків

Плаксієнко В.Я., д.е.н., професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавської державної аграрної академії, м. Полтава

Грицина О.В., к.е.н., доцент, завідувачка кафедри фінансів, банківської справи та страхування Львівського національного університету природокористування, м. Львів

Мушнікова С.А., д.е.н., доцент, професор кафедри управління фінансами, облікової аналітики та моніторингу бізнесу Навчально-наукового інституту «Інститут промислових та бізнес технологій» Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

Зелікман В.Д., к.т.н., доцент, професор кафедри управління фінансами, облікової аналітики та моніторингу бізнесу Навчально-наукового інституту «Інститут промислових та бізнес технологій» Українського державного університету науки і технологій, м. Дніпро

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

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

<i>Алсуф'єва О.О., Зіберова Н.І.</i> Актуальні питання імпортозаміщення у розвитку ресторанного бізнесу в Україні	8
<i>Безверхий В. Ю., Леонідов І.Л.</i> Підвищення міжнародної конкурентоспроможності виробників автотранспортних послуг	11
<i>Білоцерківець В.В., Завгородній К.О.</i> Зовнішня торгівля як каталізатор розвитку національної економіки	13
<i>Дейнека Я.М., Аніщенко Л.О., Шпортко Г.Ю.</i> Комплексний підхід до вдосконалення системи управління персоналом на підприємствах України з зовнішньоекономічною діяльністю	16
<i>Дем'яненко Т.І.</i> Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства: методика та практика	18
<i>Дубей Ю.В.</i> Сучасні тенденції техніко-технологічного розвитку України	20
<i>Дяченко К. С.</i> Теоретико-методичні засади подолання дисбалансу професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону	22
<i>Білоцерківець В.В., Ісламов Н.С.</i> Азербайджанська економіка на перехрестях історії: національні та глобальні виміри	25
<i>Кушнір Т.М.</i> Укономічні чинники неповернення до України населення, що виїхало за кордон внаслідок російсько-української війни	26
<i>Леонідов І.Л.</i> Еволюція власності та привласнення інтелектуального продукту: міжнародний досвід	29
<i>Пилипено Ю.І., Покоłodна С.А.</i> Сучасні форми міжнародного бізнесу	31
<i>Приходченко О.Ю.</i> Імітаційне моделювання економічного розміру замовлень	33
<i>Прохорова В.В., Чобіток І.О.</i> Інноваційна складова бізнесу як ключовий фактор успіху вітчизняних підприємств	35
<i>Прушківська Е.В., Лазнева І.О., Васильченко К.І.</i> Особливості діяльності транснаціональних корпорацій в умовах пандемії спричиненої COVID-19	36
<i>Сисько О.Г., Моголівець А.А.</i> Теоретико-методологічні засади розвитку економічних систем в умовах циклічності	39
<i>Сластьяникова В.І.</i> Генерації та прийняття управлінських рішень на рівні державного управління	41
<i>Стеценко С.П., Локтіонова Я.Ф., Гаврилюк В.Я.</i> Забезпечення фінансової стійкості будівельних підприємств у стратегічному періоді	43
<i>Суліма О.О.</i> Науковий керівник: <i>Чеснік Н.М.</i> Перспективи розвитку кондитерської галузі в Україні	45
<i>Шпортко Г.Ю., Вишневський І.І.</i> Управління розвитком підприємства	47

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ, УСТАНОВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ

<i>Мала С.І.</i> Модернізація міжнародної податкової політики	50
<i>Андреева О. А., Жмуренко В.Г.</i> Науковий керівник: <i>Завгородня О.О.</i> Управління ризиками та консультаційний аутсорсинг у процесі укладання контрактів зовнішньторговельної діяльності	51
<i>Андреев В.С., Юхнов Б.Ю.</i> Дослідження мотивації топ-менеджерів у компаніях з робочою акціонерною власністю	55
<i>Баскаков С.В., Карлова О.А.</i> Підходи до управління суб'єктами господарювання	56
<i>Божанова О.В., Клименко К.А.</i> Управління кредитним портфелем банківської установи	58
<i>Божанова О.В., Горун Д. С.</i> Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства: теоретичний аспект	60
<i>Ватаг А.Р., Петрик Д.З., Кушнір Т.М.</i> Проблеми функціонування та розвитку малих підприємств в Україні	64
<i>Гайдаш М.О.</i> Фінансово-економічні проблеми розвитку туристичної організації	66
<i>Грицина О.В., Шолудько О.В.</i> Страхування під час війни	68
<i>Дашко Д.В.</i> Науковий керівник: <i>Аберніхіна І.Г.</i> Сутність, завдання та підходи до управління операційним прибутком підприємства	70
<i>Дубінін Д.В.</i> Перспективи розвитку інформаційного забезпечення діяльності будівельних підприємств в умовах цифровізації	73
<i>Журенкова А.О.</i> Науковий керівник: <i>Семенова Т.В.</i> Суб'єкт господарювання та мінливість перенасиченого ринку	75
<i>Куценко В.О., Ігнашкіна Т.Б.</i> До питання аналізу тенденцій розвитку підприємств енергетичної галузі	77
<i>Козенкова В.Д.</i> Моделювання стратегії промислового підприємства в умовах невизначеності	79
<i>Литвинюк Г.Г.</i> Науковий керівник: <i>Аберніхіна І.Г.</i> Управління формуванням та розподілом прибутку підприємства	82
<i>Федотова Т. А., Литвін А.В.</i> Оптимізація вибору інвестора щодо практичного формування портфелю цінних паперів на прикладі акцій Укрнафти (UNAF)	84
<i>Лозовська А.А., Мусій О.В.</i> Формування конкурентних переваг підприємства	86
<i>Мельник К.А., Сітнікова І.А.</i> Теоретичні питання процесу управління прибутком підприємства	88
<i>Михайленко О.Г., Муратгазієва Ф.Р.</i> Страхування під час воєнного стану	91
<i>Михайленко О.Г., Тройникова Н.Д.</i> Сучасний стан страхування автомобільного транспорту в Україні	94
<i>Наварчук Я.В., Кирилов І.О.</i> Науковий керівник: <i>Беленкова О.Ю.</i> Сталий розвиток девелоперських компаній на ринках житлового будівництва	97
<i>Педько А.Б., Кураженко О.В.</i> Деякі аспекти управління фінансовою стійкістю підприємства в умовах кризи	99
<i>Пересада Н.О.</i> Науковий керівник: <i>Филипенко О.М.</i> Сучасні проблеми розвитку та функціонування малих підприємств в Україні	100
<i>Пилипенко О.Ю., Доленко Ю.В.</i> Оцінка ефективності маркетингової стратегії просування в умовах діджиталізації економічної діяльності	103
<i>Prokhorova V.V., Yukhman Y. V., Yukhman L.I.</i> Formation of the image of the institution of higher education in the conditions of the reputation economy	105

<i>Редзюк Є.В.</i> Розвиток бізнес-активності у вітчизняній економіці з врахуванням глобальних викликів та вимог	108
<i>Роздайбіда О.В.</i> Науковий керівник: <i>Аберніхіна І.Г.</i> Активні операції банку та управління ними	112
<i>Ступнікер Г. Л., Мальцев С. В.</i> Особливості вітчизняного підприємництва в умовах війни	114
<i>Тихоненко М. А.</i> Науковий керівник: <i>Божанова О.В.</i> Економічна сутність поняття «фінансовий потенціал підприємства»	116
<i>Толочко Д.Р.</i> Науковий керівник: <i>Хамініч С.Ю.</i> Сучасні проблеми маркетингу в функціонуванні та розвитку суб'єктів господарювання	118
<i>Ходаченко Н.В., Карлова О.А.</i> Регулювання внутрішнього середовища організації за умов рецесивного розвитку	121
<i>Чемчикаленко Р.А., Ткач Я.В.</i> Інструменти оптимізації структури капіталу підприємства	123
<i>Червінська Л.П., Червінська Т.М.</i> Проблеми розвитку українських підприємств в умовах військового стану	126
<i>Дейна Л.В.</i> Науковий керівник: <i>Черняєва А.О.</i> Напрями аналізу прибутку та рентабельності бізнес-структури	129
<i>Шелест О.Л.</i> Фінансова безпека підприємства в умовах економічної нестабільності ...	132

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТА ЇХ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

<i>Алексєєнко В.О., Аніщенко Л.О., Усіченко І.В.</i> Напрями формування інноваційного підходу до управління персоналом в банківських установах	134
<i>Андрущенко В.В., Дуднєва Ю.Е.</i> Інноваційна політика підприємств торговельної галузі: фактори впливу та особливості реалізації	136
<i>Вишневська М.К., Крамаренко А.В., Петренко А.І.</i> Управління організаційними змінами під впливом масової діджиталізації процесів	138
<i>Гулик Т.В., Сичук В.М.</i> Деякі аспекти асортименту товарів та його види	140
<i>Деканенко К. Г., Буднік М.М.</i> Формування процесу відбору персоналу на підприємстві	142
<i>Дронова Д.С., Буднік М.М.</i> Вплив сучасних технологій на тайм-менеджмент підприємства	144
<i>Журенкова А.О.</i> Науковий керівник: <i>Довбня С.Б.</i> Визначення конкурентної позиції підприємства	146
<i>Квасова Л.С., Шульгіна Б.А.</i> Кейс-метод як інноваційний елемент навчання маркетингових дисциплін	148
<i>Kozenkov D.E.</i> Methodological principles of investment evaluation attractions of the enterprise	150
<i>Козенкова Н.П.</i> Інвестиційне проєктування в умовах невизначеності	152
<i>Білоцерківець В.В., Компанієць С.В.</i> Податкова політика в умовах радикальних загроз: ретроспективи та перспективи	155
<i>Ксьонз С.Ю., Буднік М.М.</i> Процес прийняття рішення для вирішення управлінських проблем	157
<i>Макуріна О.А.</i> Технологія блокчейн як продукт цифрової економіки	160
<i>Папуша І. В.</i> Стратегічне планування операційної діяльності: сутність, особливості та завдання	162
<i>Федотова Т.А., Питомець М.О.</i> Сучасні тенденції у світовій торгівлі продовольством та напрями подолання продовольчої кризи	164

<i>Фесюк О.В. науковий керівник: Моголівець А.А. Управління девелоперськими компаніями на засадах корпоративної соціальної відповідальності</i>	167
<i>Чобіток В.І. Актуальність маркетингових комунікацій в інноваційному розвитку вітчизняних бізнес-систем</i>	169

СЕКЦІЯ 4. МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І АУДИТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

<i>Гаращенко К.В. Науковий керівник: Пікуліна О.В. Аналіз і аудит як взаємопов'язані елементи ефективної перевірки звітності</i>	171
<i>Карпова А.В., Акімова Т.В. Особливості обліку в банках</i>	173
<i>Лавренюк Ю.С. Науковий керівник: Бобиль В.В. Напрямки вдосконалення управлінського обліку доходів і витрат</i>	176
<i>Профатілова А.В., Польова Т.В. Організація обліку грошових коштів підприємства в умовах комп'ютеризації</i>	179
<i>Сергієва К. Д. Науковий керівник: Бобиль В.В. Проблеми управління оборотним капіталом підприємств</i>	182
<i>Смолянська А. О., Топоркова О. А. Фінансові результати: оподаткування та порядок здійснення перевірок в умовах воєнного стану</i>	185
<i>Хобот А.П., Ігнашкіна Т.Б. Інвестиційна привабливість підприємства та методи її оцінки</i>	187
<i>Щогла В.О. Науковий керівник: Зелікман В.Д. Напрями удосконалення обліку дебіторської заборгованості</i>	189
<i>Зайцева А.С. Комплаєнс-менеджмент в управлінні транспарентністю розвитку підприємств</i>	191
<i>Шепеленко С.М. Оцінка потенціалу підприємств в умовах невизначеності</i>	192

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

*Алсуф'єва О.О., здобувач, директор
Товариство з обмеженою відповідальністю «КОНСТРУКТИВ АЕ»
alsufievaolena@gmail.com
Зіберова Н.І., магістрант
кафедри міжнародної економіки, політичної економії та управління
Український державний університет науки і технологій
nataglad2904@gmail.com*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ У РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Ресторанний бізнес є найбільш динамічним і прибутковим, а, отже, привабливим для підприємців та перспективним для інвесторів сегментом українського ринку послуг. Проте прояв викликів сучасності потребує удосконалення стратегій розвитку ресторанного бізнесу, прийняття різноспрямованих інноваційних рішень, в тому числі щодо переключення уподобань з імпортних поставок продуктів і обладнання на користь національного виробника на засадах імпортозаміщення, яке стрімко набуває ознак загальносвітової тенденції в умовах загострення глобальних проблем, поширення світової економічної кризи, викликів COVID-19, загострення регіональних конфліктів та ведення бойових дій.

Сучасний ресторанний бізнес в Україні є відносно молодим, особливо у порівнянні з іншими країнами. Початок його розвитку пов'язують з 90-ми роками ХХ ст., хоча історія розвитку ресторанного господарства має багатовікове коріння. Так, згадки про перші таверни знаходять в стародавніх манускриптах, наприклад, в Кодексі царя Вавилону Хаммурапі (1700 р. до н.е.). Історичні періоди розвитку ресторанного господарства визначають, наприклад, так [1]: етап становлення національних культурних традицій і зародження сфери харчування (IV ст. до н.е. – V ст. н.е.); етап становлення ресторанного бізнесу (VI–XV ст. н.е.); етап організаційного і технологічного розвитку ресторанного бізнесу (XVI ст. – поч. ХХ ст.); сучасний етап (початок ХХ ст. – дотепер). Початок становлення саме національної української кухні пов'язують з періодом IV ст. до н.е. – VI ст. н.е. На думку М. Пересічного [2] це часи формування української гастрономічної традиції як локального варіанту національної гастрономічної культури.

В Україні «ресторанне господарство» як термін застосовується з 2004 року, після того як «сфера громадського харчування» (період соціалізму) одною з перших перейшла на ринкові відносини. Згідно з Міжнародним стандартом галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIC) ООН, ресторанне господарство – це вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів у харчуванні, з організацією дозвілля або без нього. Відповідно, закладом ресторанного господарства називають організаційно-структурну одиницю у сфері ресторанного господарства, яка виробляє, продає й організовує споживання продукції власного виробництва та покупних товарів, а також надає послуги з організації дозвілля споживачів [3]

Ресторанне господарство України з 90-х років ХХ ст. незважаючи на кризові періоди динамічно розвивається та вдосконалюється. Зміни стосуються всіх складових: форм власності, організаційних структур, технології приготування та дизайну страв (загальні та якісні зміни), управління (франчайзинг, мережі закладів тощо), фінансів, маркетингу (додаткові послуги, акції) та тенденцій харчування (більша увага до здорового харчування, дієтичного харчування, вегетаріанської кухні, етнічної кухні, локальної, молекулярної кухні тощо).

Специфіку сучасного етапу розвитку ресторанного бізнесу представлено в табл.1. за матеріалами Державної служби статистики України, де діяльність ресторанного бізнесу

позначають у Розділі 56. Діяльність із забезпечення стравами та напоями, який включає групи (за КВЕД-2010): 56.1. Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування, 56.2. Постачання готових страв, 56.3. Обслуговування напоями. Так, у розвитку ресторанного бізнесу за 2012-2021 рр. можемо виокремити наступні тенденції: кількість суб'єктів ресторанного бізнесу поступово зростає; серед суб'єктів ресторанного бізнесу за організаційно-правовою формою домінують не юридичні, а фізичні особи, доля яких в загальній кількості суб'єктів ресторанного бізнесу становить не менше 80%; в середньому кількість найманих працівників на один заклад складає 2-4 людини; спостерігається стала тенденція збільшення обсягу витрат і обсягу реалізованої продукції; динаміка чистого прибутку і рентабельності не має стійкого тренду і коливається в інтервалі від від'ємних до позитивних величин.

Таблиця 1.

Показники діяльності із забезпечення стравами та напоями в Україні, 2012-2021 рр.

Роки	Процес діяльності				Результат діяльності		
	Усього, одиниць	З них кількість фізичних осіб підприємств, одиниць	Кількість найманих вироб-ків, одиниць	Витрати на вироб-во продукції (товарів, послуг), тис. грн.	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, тис. грн.	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	Рівень рентабельності (збитковості) всієї діяльності підприємств
2012	37 351	29 992	173 904	8 754 317,4	10 977 253,4	-283 556,6	-2,3
2013	43 612	35 945	171 337	8 247 815,2	10 678 147,3	-518 394,2	-4,3
2014	49 447	43 347	126 733	7 583 523,3	10 487 697,1	-1 280 454,7	-10,2
2015	50 381	44 453	111 328	7 602 757,5	13 113 764,9	-1 802 715,5	-11,1
2016	50 176	45 173	122 591	7 557 193,6	15 969 906,2	77 825,5	0,5
2017	49 950	44 391	137 628	11 950 875,2	20 653 655,3	450 445,6	2,1
2018	53 558	47 816	175 027	13 860 162,9	26 005 571,0	525 562,1	2,0
2019	60 851	54 842	177 634	15 932 750,5	30 620 084,3	1 050 820,9	3,5
2020	63 329	57 460	150 985	13 687 543,3	23 847 476,1	-463 125,0	-1,9
2021	61 648	55 922	154 819		35 493 742,4	469 104,5	1,4

Джерело: складено авторами на основі [4]

Розвиток ресторанного бізнесу в країні залежить від множини факторів, що за рівнями економіки поділяються на мега-, макро-, мезо-, мікро-, нано- рівні. Чинники різних рівнів схожі за структурою свого прояву, а саме – загальні тенденції динаміки рівня економіки, кон'юнктура ринків, розвиток виробництва, інфраструктури, а також прояв особливих чинників певного рівня. На макрорівні – це загальні тенденції динаміки національної економіки, кон'юнктура безпосередньо ресторанного ринку та інших ринків, пов'язаних з ресторанним виробництвом (споживчого, сільськогосподарського, харчових продуктів, обладнання, пального тощо), розвиток інфраструктури, ІТ технологій, інновацій та інноваційних технологій. До цього додається вплив специфічних чинників, наприклад, висока еластичність попиту на продукцію за доходами споживачів, ціни та якості послуг на фоні диференціації споживачів за рівнем доходів; наявність товарів-замінників та залежність від взаємодоповнюючих товарів; можливість впливу на розвиток споживчого попиту; загострення усіх форм конкурентної боротьби.

В сучасних умовах перед суб'єктами ресторанного бізнесу постає цілий ряд нових завдань, таких, як необхідність підвищення ефективності виробництва, зміцнення конкурентної позиції, що пов'язано з впровадженням в повсякденну практику ведення бізнесу

новітніх інновацій у різних сферах діяльності у відповідь на виклики поточного періоду, включаючи інноваційне засвоєння різних форм імпортозаміщення.

У світовій практиці імпортозаміщення розглядається як одне з завдань економічної політики держави у зв'язку зі стимулюванням розвитку національного виробництва. Пріоритети та механізми, що застосовуються при формуванні економічної політики, визначаються рівнем розвитку національного виробництва та специфікою національної економіки. Наприклад, у сегментах з невисокою часткою імпорту податкові пільги чи субсидування застосовують як для нарощування обсягів внутрішнього виробництва та подальшого виходу компаній на експортні ринки, так і для модернізації підприємств з метою підтримки рівня конкурентоспроможності. В імпортозалежних секторах той самий механізм дозволяє підтримувати та підвищувати конкурентоспроможність підприємств, розширювати асортимент та ринки збуту.

На нашу думку, імпортозаміщення на макrorівні слід розглядати як: 1) форму захисту національної економіки від прояву реальних і потенційних загроз та зміцнення економічної безпеки держави; 2) проміжний етап переходу від імпортозалежності до експортоорієнтованості національної економіки; 3) комплекс заходів щодо розробки інноваційної продукції, здатної вивести економіку на вищі технологічні уклади.

Імпортозаміщення в сфері ресторанного господарства доцільно досліджувати у зв'язку з функціями, що виконують його суб'єкти, а саме: виробництво, реалізація, організація споживання продукції та послуг, що дозволяє нам обґрунтовано виділити множинність форм імпортозаміщення. Серед цих форм можливими є форми імпортозаміщення ресурсів (сировини і готових продуктів, що використовуються в ресторанному виробництві, енергетичних ресурсів і палива, фінансових ресурсів, інвестицій), технологій виробництва, виробничого обладнання, а також форм реалізації ресторанних послуг і виготовлених товарів.

За сучасних умов імпортозаміщення в ресторанному бізнесі варто брати до уваги як дієвий сучасний інструмент підвищення його ефективності, який кореспондується з наявними тенденціями в країні та світі.

Прямуювання на задоволення внутрішнього попиту та розширення експорту силами вітчизняних виробників потребує обґрунтованих заходів економічної політики держави, серед яких: регіональні інвестиційні проекти; цільові займи за рахунок бюджету; спеціальні інвестиційні контракти; податкові пільги; застосування стандартизації, як інструмента імпортозаміщення при державних закупівлях; галузеві програми імпортозаміщення тощо.

Ретроспективний аналіз показників динаміки розвитку ресторанного бізнесу засвідчує наявність резервів для імпортозаміщення, що потребує проведення додаткових досліджень з означеної тематики на різних рівнях національної економіки в контексті світових тенденцій імпортозаміщення.

Список використаної літератури

1. Братіцел М. Генеза громадського харчування як соціально-культурного явища. [Електронний ресурс] / М. Братіцел // Українська культура: прошле, настояще, пути развития (Направление: Культурология), 2019. – № 31. – С.182-186. – Режим доступу до ресурсу: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/241/181>
2. Пересичный М. Украинская кухня: без прошлого нет будущего. / М. Пересичный, А. Лапикова // Рестораторъ, 2006. – № 6 (74). – С.10-13.
3. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: монографія. / Г. Т. П'ятницька. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 465 с.
4. Державний комітет статистики України, 1998-2022 [Електронний ресурс] / Держстат. України. – Режим доступу до ресурсу: https://ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html (Дата звернення 10.11.2022).

*Безверхий В. Ю., студент
Леонідов І.Л., к.е.н., доцент
доцент кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління*

*Український державний університет науки і технологій
leonidovil@gmail.com*

ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИКІВ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Постановка проблеми. Євроінтеграційні процеси у сфері транспортної інфраструктури призводять до появи в національних і міжнародних транспортних коридорах потоків декількох видів транспорту, що конкурують за вантажоперевезення однойменної номенклатури вантажів. Відзначається висока конкуренція на ринку вантажоперевезень наливних вантажів – між залізничним, внутрішнім водним і трубопровідним видами транспорту, на ринку перевезення контейнерів на відстані середньої дальності між залізничним і автомобільним транспортом і т.д. При цьому, ринок транспортних послуг є сферою діяльності суб'єктів природних монополій в частині: транспортування нафти і нафтопродуктів по магістральних трубопроводах, газу по трубопроводах, залізничних перевезень, послуг в транспортних терміналах, портах і аеропортах тощо. У цих умовах актуалізується проблематика конкурентоспроможності для традиційних автотранспортних підприємств з численним парком рухомого складу і ремонтно-експлуатаційними службами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В науковій літературі дослідження проблематики міжнародної конкурентоспроможності транспортних послуг розділяються в напрямках: механічного відновлювального ремонту на спеціальних верстатах (В.Д. Ковальов [1]), надання сталі необхідних фізичних властивостей та їх хімічного вдосконалення (М.І. Гасік [2]), прогнозування впливу фактору зношення деталей для організації заходів з їх ремонту й заміни (В.Ф. Ушкалов [3]) оптимізація планових та фактичних параметрів транспортних операцій на базі методів інтегрального (або факторного) аналізу (Баканов М.І., Пінхасік Є.Є. [4, 5]) та інші.

Формулювання цілі статті. Виявлення напрямку підвищити конкурентоспроможності для виробників автотранспортних послуг.

Викладення основного матеріалу. З авторського погляду, підвищити конкурентоспроможності для традиційних автотранспортних підприємств можливо за рахунок швидкості ремонтних робіт. Починаючи з технічного огляду окрім регламентних робіт проводиться діагностування агрегатів і ремонтної техніки в цілому, оскільки зміна технічних характеристик впливає на експлуатаційні показники, які проявляються як фактори і в технічному, і в техніко-економічному сенсі. За результатами діагностики, проведеної протягом технічного огляду, прогнозується надійність машини, яка залежить від надійності її елементів. На підставі отриманих даних приймається рішення про продовження експлуатації або виведення машини на ремонт. Перевагами ремонту деталі або агрегату за технічним станом є відновлення їх ресурсу та збільшення міжремонтного періоду. Недоліками такого ремонту є вірогідність відмови ремонтної техніки протягом обробки технічного засобу, а також, вимоги високої класифікації ремонтного персоналу, і зокрема особи, що приймає управлінське рішення.

Технічний огляд проводиться в терміни, рекомендовані заводом-виробником, що дозволяє підтримувати технічний засіб в працездатному стані. Технічний огляд можливо розділити на декілька етапів, тобто проводити його залежно від можливості вивести технічний засіб з експлуатації у «вікна» (скажімо, обідня перерва), що утворилися. Технічний огляд проводиться «агрегатним методом». Така організація поведінки регламентних робіт дозволяє збільшити коефіцієнт технічного використання технічного засобу. На проведення технічного огляду, перевірку працездатності усіх агрегатів, і у разі потреби відновлення їх працездатності,

витрачається певний час. За цей період обробки технічного засобу ремонтно-експлуатаційними службами постачальник транспортних послуг втрачає дохід (D).

Парк ремонтних засобів, що знаходяться в експлуатації, складається з n одиниць, які обслуговують потік (X) транспортних засобів, що входить. Звісно, час обробки ремонтними засобами (Тобр) варіюється залежно від типу транспортних засобів. Однак, час обробки ремонтними засобами є функцією від декількох змінних:

$$T_{обр} = f(Q_{рз}, P_{рз}, K_{п}, O_{р}), \quad (1)$$

де $Q_{рз}$ – кількість ремонтних засобів; $P_{рз}$ – продуктивність ремонтних засобів; $K_{п}$ – кваліфікація обслуговуючого персоналу; $O_{р}$ – організація робіт ремонтно-експлуатаційними службами.

Продуктивність ремонтних засобів є функцією від технічного рівня обладнання для діагностики та ремонту, наприклад, комплексних стендів для технічного огляду, верстатів з числовим програмним управлінням для виконання механічної обробки з відсутністю переміщень деталі між етапами технологічного процесу. Висока капіталомісткість цих засобів та тривалий термін окупності є факторами від'ємної динаміки доходу підприємства.

З погляду організації робіт, транспортні засоби можуть ремонтуватися за принципом "fifo" ("перший прийшов - перший пішов") (y1), але тоді існує вірогідність того, що при виборі ремонтних засобів з місця зберігання, транспортні засоби зроблять додаткові операції по переміщенню. Для мінімізації таких переміщень можна відмовитися від принципу "fifo" (y2), тоді обслуговування ремонтними засобами буде задано парою чисел (i, j), $i = 0, 1, 2, \dots, k$; $j = 0, 1, \dots, n$, де i – число ремонтних засобів, що обслуговують за принципом "fifo"; j – число ремонтних засобів, що обслуговують "за ситуацією".

Конкурентоспроможність $y = y(i, j)$ – функція стану, що приймає значення y_0 та y ; а стаціонарна вірогідність процесу $p_{i,j} = p_{i,j}(y)$ є функцією від конкурентоспроможності. Функція доходу $D(i, j)$ в одиницю часу в стані (i, j) є функцією конкурентоспроможності. Звідси, середній дохід за одиницю часу можна охарактеризувати:

$$D = D(y) = \sum_{i,j} (D(i, j) p_{i,j}(y)), \quad (2)$$

Одним із завдань конкурентоспроможності є оптимізації системи (2), яка полягає в знаходженні такого рівня конкурентоспроможності y_0 , при якому:

$$D(y_0) = \max D(y), \quad (3)$$

Висновки. Міжнародна конкурентоспроможність для традиційних автотранспортних підприємств може бути підвищена за рахунок підвищення швидкості ремонтних послуг. Проведені дослідження підтвердили, що метод інтегрального (або факторного) аналізу не має явних обмежень для моделей виробничої діяльності виробників автотранспортних послуг.

Список використаної літератури

1. Ковальов В.Д. Розробка підсистеми визначення припуску для системи адаптивного керування обробкою на колесотокарному верстаті / В.Д. Ковальов, С.О. Гаков – Надійність інструменту та оптимізація технологічних систем. (зб. наук. праць.) вип. 23. Краматорськ-Київ: ДДМА, 2008. С. 127-132.

2. [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Spm_2016_19\(1\)_14.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Spm_2016_19(1)_14.pdf)

3. Ушкалов В. Ф. , Мокрій Т. Ф. , Малишева І. Ю., Безрукавий Н. В. Прогнозування зносу головок залізничних рейок в процесі експлуатації // Техн. механіка. 2019. № 3. С. 66-76.

4. Баканов М.И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник. М.: Финансы и статистика, 1999. 416 с.

5. Пинхасик Е.Э. Анализ работы пассажирских автотранспортных предприятий интегральным методом. М.: Транспорт, 1989. 80 с.

*Білоцерківець В.В., д-р екон. наук, проф.,
професор кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління
cruttmess@gmail.com*

*Завгородній К.О.,
магістрант кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління,
Український державний університет науки і технологій*

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ЯК КАТАЛІЗАТОР РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Міжнародна торгівля є історично першою формою міжнародних економічних відносин, заснованою на розвитку міжнародного поділу та спеціалізації виробництва, порівняльних конкурентних перевагах національних економік, прагненнях подолати обмеженості національної ресурсної бази та внутрішніх ринків. У сучасний період вона опосередковує рух третини ВВП світу та охоплює близько 80% міжнародних економічних відносин світ-системи [1].

З позицій національного господарства та національних резидентів участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі і складається із оплачуваних вивезених з країни (експорт, ЕХ) та ввезених до країни (імпорт, ІМ) товарів і послуг. У міжнародному торгово-економічному праві товаром у широкому сенсі вважається будь-яка продукція, послуги, роботи, права інтелектуальної власності та інші немайнові права, призначені для продажу (оплатної передачі).

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає експорт товарів як продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів [2].

Імпорт (імпорт товарів) - купівля (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами [2].

В умовах урізноманітненого глобального економічного середовища однією із передумов налагодження взаємовигідних зовнішньоторговельних відносин є варіабельність їх форм (табл. 1).

Таблиця 1 – Сучасна класифікація форм міжнародної торгівлі

Ознака	Форми
Об'єкт торгівлі	<ul style="list-style-type: none"> • товари (промислові, паливні матеріали та корисні копалини, сільськогосподарська продукція (відповідно до УКТ ЗЕД)); • послуги; • об'єкти інтелектуальної власності;

Ознака	Форми
За специфікою об'єкта торгівлі (для промислових товарів)	<ul style="list-style-type: none"> готова продукція; продукція у розібраному вигляді та комплектне обладнання;
За особливостями технічного обслуговування у сфері обігу та споживання	<ul style="list-style-type: none"> із передпродажним сервісом; із передпродажним доопрацюванням; із обслуговуванням у гарантійний період; із обслуговуванням у після гарантійний період;
Форма організації	<ul style="list-style-type: none"> пряма; непряма (за участю посередників); на особливих товарних ринках (біржі, торги, аукціони, ярмарки); тендери (ініційовані покупцем відкриті чи закриті конкурсні торги);
За формою оплати	<ul style="list-style-type: none"> бартерна, оплатна (традиційна);
З ступенем взаємозалежності (права й обов'язки) покупця та продавця	<ul style="list-style-type: none"> традиційна; оренда (рентинг, хайринг, лізинг); зустрічна компенсаційна торгівля; торгівля у межах промислового співробітництва;
По відношенню до чинного законодавства	<ul style="list-style-type: none"> легальна; нелегальна (тіньова, "чорна");
За кількістю учасників	<ul style="list-style-type: none"> двостороння, багатостороння;
За умовами оплати	<ul style="list-style-type: none"> традиційна (товар ↔ гроші, 100% оплата при оформленні угоди); авансова; кредитна;
За характером зв'язку між учасниками	<ul style="list-style-type: none"> епізодична (з разовим ефектом); систематична (постійний ефект);
За умовами регулювання	<ul style="list-style-type: none"> звичайна; з режимом найбільшого сприяння; преференційна; дискримінаційна.

Складено із використанням [3-4].

Саме різноманіття - ключ до поширеності та ефективності міжнародної торгівлі. Це шанс для майже кожного з економічно активних суб'єктів господарювання проявити себе в міру свого підприємницького, інноваційного, конкурентного й ресурсного потенціалів, самореалізуватися як продуцент унікальних та (або) порівняно кращих чи дешевших товарів, інтегруватися в систему більш високого структурного рівня та знайти в ній за відповідних передумов власну комфортну ринкову нішу [3].

Наявна множина форм міжнародної торгівлі є результатом еволюції глобальної економічної системи та міжнародної економічної діяльності. Кожний крок у її розвитку, кожне наступне оновлення й збільшення варіантів взаємовигідних торговельних відносин, легітимізація нових способів комерціалізації результатів, запровадження нових платіжних інструментів та схем оплати, спрямовані на збільшення доступних варіантів залучення економічних суб'єктів до глобальної торгової мережі та її регіональних осередків.

Міжнародна торгівля є визнаним рушієм економічного зростання та каталізатором соціально-економічного розвитку [4]. Про її роль у стимулюванні економічного зростання свідчать емпіричні дослідження, що підтверджують істотну додатну кореляцію темпів зростання ВВП і темпів зростання експорту. Цей зв'язок найбільш виразно проявляється у

країн так званого розвинутого центру з більш потужним промисловим потенціалом. Це доводить, що стале зростання під впливом експорту відбувається переважно тоді, коли країна досягла певного мінімального вихідного рівня розвитку і має щонайменше дві можливості: а) у тактичному плані за рахунок достатньо розвинутого внутрішнього товаровиробництва й відповідної помірної імпортозалежності забезпечувати додатний чистий експорт ($EX > IM$) та похідне мультиплікативне збільшення ВВП та б) у стратегічному плані - відповідно до власних інтересів впливати на конкурентні та цінові умови міжнародної торгівлі, визначати засади тарифного й нетарифного захисту цільових ринків.

Міжнародна торгівля сприяє економічному розвитку країн (рис.1), створюючи можливість для реалізації їх міжнародних абсолютних та відносних переваг. Вона стимулює більш ефективне використання внутрішніх ресурсів і дає змогу отримувати вигоди спеціалізації та участі в міжнародному поділі праці. Країни мають можливість задовольняти свої потреби в сировині, капітальних та споживчих товарах, технологіях, які не виробляються місцевими підприємствами або виробляються з високими витратами, нарощувати виробництво з урахуванням попиту світового ринку на ті товари, щодо яких вони мають порівняльні переваги спеціалізації [4]. Додатковий попит за рахунок світового ринку допомагає подолати вузькість внутрішнього ринку, збільшити ефект економії від масштабів виробництва завдяки доступу на більш ємні та номенклатурно різноманітні ринки.

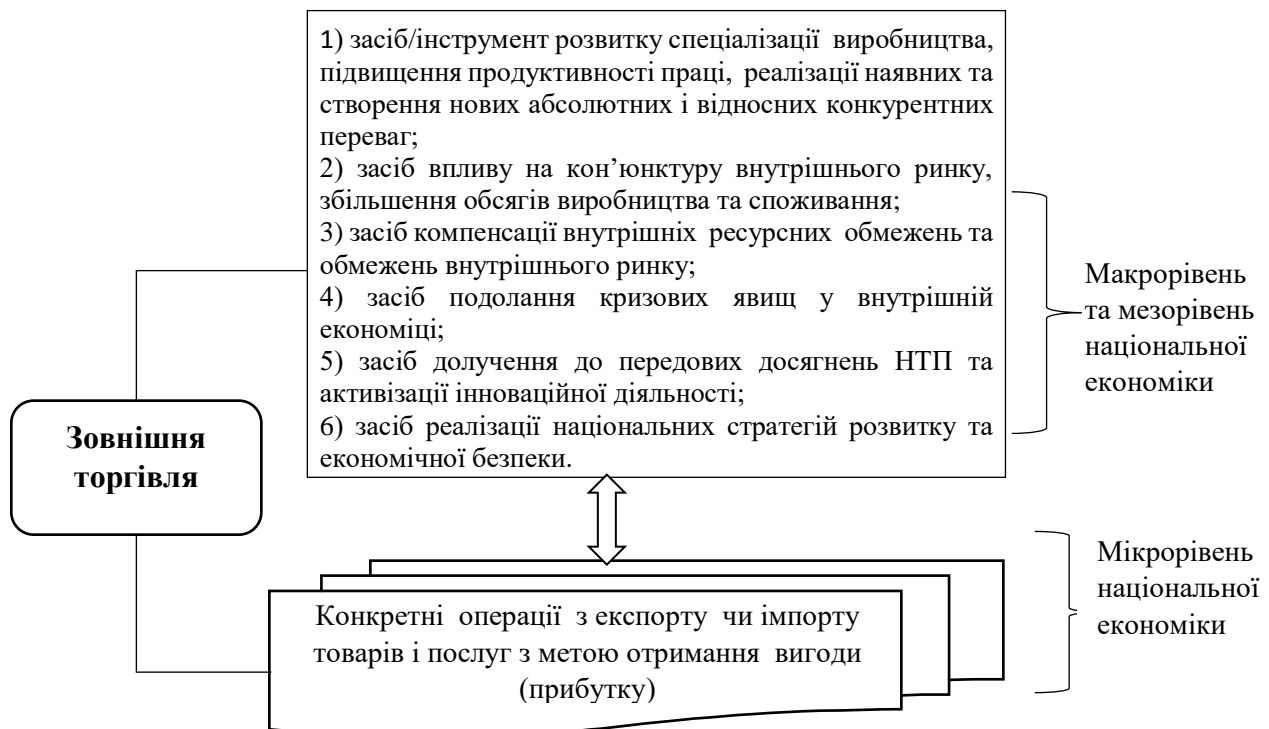


Рис. 1 - Зовнішня торгівля як засіб реалізації національної стратегії розвитку.

Оскільки, розвиток зовнішньої торгівлі, збільшення експорту, удосконалення його структури та підвищення технологічного рівня є одним з нагальних питань, у Національній економічній стратегії України на період до 2030 року йому приділяється значну увагу. В якості стратегічних цілей напрямку «Міжнародна економічна політика і торгівля» визначаються: забезпечення взаємовигідної торгівлі з країнами світу та досягнення розширеного доступу до зовнішніх ринків; підвищення конкурентоспроможності українських товарів та послуг, створення позитивного іміджу країни; впровадження збалансованої імпортової політики з комплексною оцінкою потенційного впливу, яка стимулюватиме переважно інвестиційний, а не споживчий імпорту [5]. Сподіваємося, що розв'язання поставлених завдань, що наразі лише посилюють свою актуальність і значення, сприятимуть прискореному повоєнному відновлення та розвитку України, посиленню її конкурентних позицій на світовому та регіональних ринках.

Список використаної літератури

1. World Bank national accounts data. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?view=chart2>
2. Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” в ред. від 01.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
3. Сучасна міжнародна економіка: підруч. [Білоцерківець В.В., Завгородня О.О., Золотарьова О.В. та інші] ; за ред. В.М. Тарасевича. Дніпро: ПБП «Економіка», 2019. 386 с.
4. Міжнародна торговельна діяльність: підручник / За ред В.В Рокочої. Київ: ВНЗ “Університет економіки та права ”КРОК” , 2018.698 с.
5. Постанова КМУ від 03 березня 2021 р. № 179 «Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року». URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>

Дейнека Я.М.

здобувачів вищої освіти кафедри менеджменту

Аніщенко Л.О.

старший викладач кафедри менеджменту

Шпортко Г.Ю., к.т.н., доцент

доцент кафедри менеджменту

Український державний університет науки і технологій

Навчально-науковий інститут промислових та бізнес технологій

an.lud.98@gmail.com

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ З ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Серед систем, створюваних людьми, можна виокремити особливу категорію так званих цілеспрямованих систем, до яких належать соціально-економічні системи. Це такі системи, що мають ціль функціонування та містять у своєму складі людей як елементи.

Перші праці дослідження засад управління соціально-економічним розвитком належать таким відомим вченим як П. Друкер, У. Кінг, М. Мескон, М. Портер, Т. Санталайнен, М. Годаро, Е. Тофлер [1; 2].

Надійність управлінських систем у теорії управління соціальними системами склалася порівняно нещодавно, унаслідок чого в достатній мірі розроблених теоретичних підходів і апробованих методів оцінки й забезпечення надійності систем управління, які могли б бути піддані серйозному аналізу, не існує.

Надійністю системи називається її здатність безвідмовно працювати протягом певного інтервалу часу в заданих умовах експлуатації при мінімальних витратах часу на усунення відмов і профілактику.

Поділяються системи управління в залежності від ступеня участі людини в реалізації управляючих впливів саме на цю систему. Отже, вони поділяються на технічні, людино-машинні (ергатичні), організаційні.

До технічних належать системи, які функціонують без участі людини. Прикладами людиномашинних (ергатичних) систем можуть бути автоматизовані системи управління різного призначення: у них людина поєднана з технічними пристроями, причому остаточне рішення приймає людина, а засіб автоматизації лише допомагають їй обґрунтовано приймати рішення.

До організаційних систем належать соціальні системи – групи, колективи людей, суспільство в цілому.

У процесі управління соціально-економічними системами, що є, безсумнівно, досить складними, відмови, що виникають на різних рівнях управління, найчастіше мають

некритичний характер для їх життєздатності. Істотне відхилення окремих характеристик від нормативних значень в цьому випадку є результатом накопичення негативного впливу відмов, що послідовно або одночасно виникли на різних рівнях системи. Основними наслідками відмов є зниження цільової ефективності об'єкта при постійному рівні економічної ефективності або рівні, що знижується.

Отже, надійність систем варто розглядати в тісному зв'язку з їхньою здатністю забезпечувати безпомилковість і безвідмовність у процесі управління. Надійність повинна забезпечувати відповідність процедури функціонування системи певній нормі, а найбільш простим і наочним показником надійності (ненадійності) може вважатися величина відхилення значень параметрів, що відображають поточний стан системи, від значень, які використовуються для визначення мети.

Для підвищення надійності систем управління велике значення також має визначення й усунення «вузьких місць» у кожному з її елементів.

В соціально-економічних системах постійно виникають фактори невизначеності, які поділяють на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів відносяться: нові економічні умови постачання і реалізації продукції, новітні інноваційні досягнення наукових закладів; останні податкові новини та митні зміни тощо. Внутрішніми факторами є: реконструкція і реформування підприємств; впровадження нових форм організації та оплати праці; зміни у кількісному і якісному складі працівників; виникнення труднощів у зв'язку з погіршенням морального клімату в колективі; технічні і технологічні помилки спеціалістів, ненадійність техніки та ін.

Люди є центральним фактором в кожній моделі управління і включає не тільки працюючих робітників організації, а й тих хто буде прийнятий в майбутньому.

Кожне підприємство, щоб вижити в умовах сьогоденної жорсткої конкуренції, мусить постійно шукати шляхи вдосконалення своєї діяльності і перш за все активізувати, максимізувати творчу віддачу працівників підприємства.

Специфіка роботи саме підприємств з зовнішньоекономічною діяльністю спонукають до розробки більш дієвого комплексу формування системи управління персоналом, який поєднує у собі вітчизняний та зарубіжний досвід.

Відсутність у працівників іноземного досвіду дуже негативно впливає на показники діяльності підприємства. При цьому, керівництво підприємства практично не приділяє уваги навчанню персоналу необхідним умінням.

В результаті підприємство опиняється в доволі скрутному становищі і неправильно обрана стратегія роботи з персоналом є однією з головних причин безуспішності та неконкурентоспроможності підприємства.

В умовах «швидкозмінної економіки» постійні зміни, новації й творчість - найбільш ефективна стратегія виживання та розвитку як для окремого індивіда, так і для підприємства з зовнішньоекономічною діяльністю в цілому [3].

Необхідно використовувати слідуєчий алгоритм формування комплексної системи управління персоналом, який включає наступні етапи:

I етап. Аналіз стану справ з управління персоналом на підприємстві - метою проведення даного етапу є вивчення існуючого стану управління персоналом, виявлення основних «вузьких місць» в управлінні.

II етап. Розробка плану, організація роботи за різними напрямками управління персоналом - на основі результатів першого етапу розробляється спочатку план проведення організаційних заходів, спрямованих на створення комплексної системи управління персоналом.

У межах другого етапу доцільно виокремити наступні елементи створюваної системи управління персоналом:

1. Забезпечення укомплектування підприємства робітниками необхідних професій, спеціальностей та кваліфікацій.
2. Вивчення ринку праці.

3. Забезпечення удосконалення процесів управління персоналом підприємства.
4. Навчання персоналу.
5. Оцінка персоналу.

Атестація – спеціальна комплексна оцінка сильних і слабких сторін працівників (знань, навиків, умінь, рис характеру), рівня їх відповідності вимогам посади, діяльності та їх результативності.

Атестація спрямована на пошук резервів підвищення продуктивності праці, зацікавленості працівників у результатах своєї праці та організації; на оптимальне використання економічних стимулів і соціальних гарантій, а також на створення умов для динамічного і всебічного розвитку особистості.

6. Розробка системи мотивації.

Під час становлення комплексної системи управління персоналом підприємства головним принципом її побудови, окрім загальновідомих, має стати принцип відповідності того або іншого елементу системи спрямуванню діяльності підприємства на зовнішньому ринку [4].

Список використаної літератури

1. Економічні системи: монографія. Т. 2 / За ред. Г. І. Башнянина. – Львів: Вид-во ЛКА, 2011. – 496 с.: рис. – Бібліогр. в кінці розд. – 1000 пр. – ISBN 978-617-602-010-3. - ISBN 978-617-602-009-7
2. Башнянин Г. І. Про розвиток соціально-економічної системи споживчої кооперації в перехідній економіці України (теоретико-методологічні аспекти) / Коцупей В. М., Рехлецький Є. А. // Вісник Львівської комерційної академії : зб. наук. пр. – Т. 1. – Львів : ЛКА, 1997. – С. 109–119.
3. Сівальнева Н.М. Управління персоналом як елемент системи конкурентних переваг організації/Н.М. Сівальнева, А.В. Швеков// Управління персоналом. – 2012. – № 12. – С. 51-54.
4. Іванцевич Дж.М. Людські ресурси управління: основи управління персоналом/Дж.М. Іванцевич, А.А. Лобанів. – Справа, 2004.

*Дем'яненко Т.І., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія
tud85@ukr.net*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИКА ТА ПРАКТИКА

Економіка України має всі передумови для підвищення свого рівня, одним з напрямків її розвитку є ефективне функціонування вітчизняних промислових підприємств, за рахунок підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Багато вітчизняних промислових підприємств знаходяться у критичному стані за рахунок зношення основних засобів, низької кваліфікації працівників, застарілих технологій та ін. Тому необхідно вітчизняним промисловим підприємствам підвищувати рівень своєї конкурентоспроможності за рахунок впровадження інноваційних технологій, придбання прогресивного обладнання, диверсифікації виробництва, займатись підвищенням кваліфікації працівників, продукувати ефективні управлінські рішення та ін.

Сучасні світові промислові підприємства пропонують великий вибір конкурентоспроможних товарів та послуг, що є перешкодою для конкурування вітчизняних промислових підприємств у задоволенні потреб споживачів як на зовнішньому так і на внутрішньому ринках.

Отже, для виявлення проблем та знаходження шляхів щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств необхідно проводити постійний моніторинг за допомогою методів оцінки їх конкурентоспроможності.

Оцінювання конкурентоспроможності дозволяє виявити переваги діяльності підприємства, що нададуть можливість покращувати стан виробництва та їх недоліки, що заважають підвищувати рівень їх конкурентоспроможності.

Визначення рівня конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств є початковим моментом планування його діяльності та розробки стратегії щодо підвищення рівня конкурентоспроможності з урахуванням інтересів інвесторів, підприємств, споживачів, держави та ін.

Методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності досліджувалися багатьма вченими та науковцями, цьому питанню присвятили значну кількість праць, зокрема: Д. Барабась, П. Брінь, Л. Газіна, В. Дикань, О. Дуброва, Ю. Іванов, М. Кизим, А. Кваско, С. Клименко, Р. Лупак, О. Николук, Т. Омеляненко, В. Прохорова, О. Янковий, Д. Яцковий та ін.

Значний внесок зробили вчені в питання методики оцінки конкурентоспроможності, але до цього часу не має єдиного варіанту систематизації цих методів.

Питання методів оцінки конкурентоспроможності є досі актуальним, тому, що не має єдиної точки зору щодо використання методів, їх аналізу, систематизації. Виникає багато питань щодо переваг та недоліків їх використання. Саме тому, вважаємо за необхідне, зробити аналіз найпоширеніших методів та зазначити їх переваги та недоліки.

Рівень конкурентоспроможності характеризує стан промислового підприємства, що визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Ефективність функціонування вітчизняних промислових підприємств полягає у його здатності відповідати високим вимогам ринку, якості задоволення споживчого попиту та використання ресурсного потенціалу, є основними факторами, що визначають конкурентоспроможність підприємства на ринку [1].

Визначення поняття конкурентоспроможності підприємства є досить багатограним, але можливо виокремити такі фактори, за якими, на нашу думку, потрібно проводити оцінку, а саме: визначення конкурентних переваг, здатність просуватися та адаптуватися в ринкових умовах, управління та організація виробництва, розробка та впровадження інноваційних видів продукції та технологій виробництва, оцінка потенціалу підприємства та ін.

Багато науковців визначають конкурентоспроможність як певну можливість або ж здатність підприємства задовольняти потреби споживачів. Для того щоб відповідати потребам суспільства, підприємство повинно оцінити свою діяльність та визначити всі позитивні та негативні фактори, що нададуть можливість підвищити ефективність виробництва.

Конкурентоспроможність промислового підприємства необхідно оцінювати для того щоб:

визначити рівень управлінських дії щодо функціонування промислового підприємства та формування стратегії його розвитку;

прийняти необхідні рішення для створення необхідних умов функціонування промислового підприємства;

розробити та впровадити заходи підтримки наявних переваг для підвищення ефективності діяльності промислового підприємства;

вивести промислове підприємство високий рівень для конкурентної боротьби [2].

Існує велика сукупність методів оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства, які в основному науковці поділяють на такі групи: матричні, графічні, аналітичні.

Важливо зазначити, що не існує ідеального єдиного методу оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства, тому, що для кожного окремого промислового підприємства необхідно оцінювати конкурентоспроможність декількома методами, для того щоб виявити сильні та слабкі сторони, знизити можливі негативні фактори

та ін. Вивчення конкурента є невід’ємним фактором аналізу, що дає більше розуміння, що необхідно здійснити промислового підприємству для визначення своєї переваги і не допустити помилок підприємств-конкурентів.

На основі вищезазначених підходів запропоновано авторське визначення поняття «управління конкурентоспроможністю» як здатність підприємства створювати такі товари та послуги, що є більш привабливішими для споживачів порівняно з аналогічними товарами та послугами інших підприємств, що також надасть змогу розширювати свою виробничу діяльність підприємствам.

Список використаної літератури

1. Прохорова В. В., Чобіток В. І. Управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу: монографія – Харків: НТМТ, 2012. – 248 с
2. . Chobitok V., Chumak L., Demianenko T., Us Y. Forming Performance Assessment System of Risk Management in Railway Transport Companies // International Journal of Engineering & Technology, 7 (4.3) (2018) 404 – 408. DOI: <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.3.19843>

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

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Сучасна економіка України відзначається значним відставанням рівня її техніко-технологічної бази розвитку від провідних країн світу. В нашій країні тривалий час спостерігається достатньо виражена тенденція технологічної деградації реального сектору, а структурні зрушення національної економіки носять не прогресивний, а, багато у чому, регресивний характер. Подібні загрозливі негативні тенденції зумовлюються впливом комплексу економічних, політичних, технологічних та інституціональних причин, які сформувалися у результаті прорахунків економічної політики держави та незавершеності необхідних реформ, спрямованих на формування у нашому суспільстві розвинутої ринкової системи та дієвих механізмів її інноваційного розвитку. Сьогодні вітчизняна економіка «... орієнтована на виробництво традиційної індустріальної продукції з низькою валовою доданою вартістю, яка реалізується на насичених, безперспективних для подальшого розвитку ринках... Програми цільової підтримки наукової діяльності та стимулювання розвитку високих технологій в Україні фактично не працюють. Діюча система фінансування наукової сфери не передбачає доведення наукових розробок до їх комерційного використання» [1]. Підтвердженням цього є низькі показники динаміки інноваційної діяльності промислових підприємств України за 2010–2020 рр. (табл.1).

Таблиця 1

Показники інноваційної діяльності України за 2010–2020 рр.

	2010	2013	2014	2016	2018	2019	2020
Кількість інноваційно активних підприємств, одиниць	1462	1715	1609	834	777	782	809
Питома вага інноваційно активних підприємств (до загальної кількості промислових підприємств), %	13,9	16,8	16,1	18,9	16,4	15,8	16,8
Витрати на інновації до загального обсягу реалізованої продукції, %	0,9	0,9	0,8	0,7	0,4	0,5	0,6

	2010	2013	2014	2016	2018	2019	2020
Кількість упровадженої інноваційної продукції (товарів, послуг) промисловими підприємствами	2408	3138	3661	4139	3843	2148	4066
Кількість упроваджених нових видів машин, устаткування, приладів, апаратів, одиниць	663	942	1314	1305	920	760	647
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції промислових підприємств, %	3,8	3,93	1,6	-	0,8	1,3	1,9

Джерело: зведено за [2].

Як свідчать дані таблиці, питома вага інноваційно активних підприємств в Україні залишається на стабільно низькому рівні в 13-18%, що в декілька разів нижче, порівняно із середньоевропейськими відповідними показниками. І так незначна питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції промислових підприємств за останнє десятиліття скоротилася вдвічі – з 3,8% у 2010 р. до 1,9% у 2020 р. Однією із причин подібного стану інноваційної діяльності є постійне зниження частки витрат на НДР у ВВП країни. Так, в Україні, на відміну від більшості країн Європи, спостерігалася негативна динаміка цього показника – зменшення з 0,75% у 2010 р. до 0,43% у 2019 р. Для порівняння, за той же період показник частки витрат на НДР у ВВП Німеччини зріс з 2,73% до 3,12%, Польщі – з 0,72% до 1,32%, а в середньому по ЄС – з 1,92% до 2,14% [2, с.101].

Ще одним підтвердженням загрозливих тенденцій техніко-технологічної деградації реального сектору економіки України є високий ступінь зносу її основних фондів. Причому, якщо подивитися на дані таблиці 2, то негативна ситуація в даній сфері за 10 останніх років тільки посилювалася.

Таблиця 2

Ступінь зносу основних фондів України за 2000–2020 рр. , %

Роки	Ступінь зносу			
	Економіка в цілому	Промисловість		
		в цілому	добувна	Переробна
2000	43,7	47,5	41,8	52,0
2004	49,3	58,3	49,6	59,3
2005	49,0	57,9	49,6	59,2
2006	51,5	58,6	49,9	60,0
2007	52,6	59,0	49,8	59,7
2015	60,1	76,9	57,9	75,8
2016	58,1	69,4	54,6	76,4
2019	56,9	59,1	36,5	51,4
2020	58,5	63,9	47,3	63,0

Зведено за: [3]

Безумовно, виходом з існуючої ситуації повинна стати відповідна економічна політика держави, спрямована, з одного боку, на формування умов для підвищення мотивації господарюючих суб'єктів до інноваційного способу свого розвитку та, з іншого, на державну підтримку тих секторів національної економіки, які здатні стати локомотивом загальної технологічної модернізації країни. Передусім, на наше переконання, подібна підтримка повинна бути спрямована на по-кращення національного інтелектуального капіталу та розвиток національної інноваційної системи. Ми погоджуємося з тим, що «...необхідно сприяти розвитку видів діяльності з високою наукоємністю, тобто перейти від низькотехнологічної ресурсної до високотехнологічної інноваційної економіки, а державна політика має створювати сприятливі умови насамперед для розвитку виробництва

інтелектуальних продуктів, включаючи можливість їх комерціалізації як в Україні, так і у решті світу» [4].

Список використаної літератури

1. Стратегія розвитку високотехнологічних галузей до 2025. – URL: <https://ips.ligazakon.net/document/NT2490>
2. Наукова та інноваційна діяльність України за 2020 рік. Статистичний збірник. За ред. М. Кузнєцової. – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/10/zb_Nauka_2020.pdf
3. Основні засоби України. – URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. – URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-sferi-innovacijnoyi-diyalnosti-na-period-do-2030-roku>

*Дяченко К. С., к.е.н.,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія
yoo.katrin@gmail.com*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПОДОЛАННЯ ДИСБАЛАНСУ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗПОДІЛУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ РЕГІОНУ

Продуктивні сили займають важливе місце серед усіх факторів економічного прогресу у регіоні. Вагомі політичні та економічно-соціальні зміни, що виникають зараз в Україні, призвели до зміни сприйняття такої категорії як «продуктивні сили» та виникнення нових шляхів до її розуміння.

На першому місці виникає людський капітал, який є носієм продуктивних сил суспільства. Серед важливих показників його змін в сучасних умовах є збільшення швидкості науково-технічного прогресу, підвищення важливості послуго утворюючої діяльності, зміна форм та характеру організації діяльності виробництва. Темпи цих змін призвели до ситуації, коли, з одного боку, спеціалізований склад існуючої робочої сили не може задовольнити повністю всі обсяги потреб у професійних робітниках у регіоні, особливо ті які приймають участь у обслуговуванні виробничих процесів, а з іншого боку – суб'єкти господарської діяльності регіону мають гостру нестачу робочих кадрів за певним колом професійного рівня, які потрібні для висококваліфікованого виробничого процесу.

Усе це призвело до збільшення рівня дисбалансу професійного та кваліфікованого розподілу людського капіталу продуктивних сил в регіоні. В таких умовах питання формування методів, які будуть спрямовані на його зміни та покращення, з метою задоволення економічного-соціального розвитку на території регіону, виходять на перший план та зумовлюють актуальність проведення дослідження.

Щодо подолання дисбалансу професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону – це актуальне питання, якому присвячено безліч праць вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків, серед яких: Л. Гриневич, Ф. Заставний, І. Франів, О. Лайко, В. Геєць, Т. Уманець та інші [1-3]. Існуючі дослідження містять оригінальні погляди та багатий зміст, проте не достатньо глибоко та всебічно дослідженими залишаються методологічні положення цього питання.

Мета дослідження – огляд теоретико-методичних засад та обґрунтування наукових і практичних рекомендацій щодо зміни становища дисбалансу професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону.

Базуючись на систематизації та узагальненні праць міжнародних та вітчизняних вчених-економістів було встановлено, що важливим фактором посилення дисбалансу людського капіталу продуктивних сил є структурна перебудова передових економік Світу та зміна цілей розвитку форм економічної діяльності. Ці зміни безпосередньо впливають на економічне-соціальне становище у регіоні, який відповідно реагує на збурення, що виникає у зовнішньому середовищі.

Проведений аналіз передових міжнародних трендів довів, що Світова економіка змінюється під впливом структурних зрушень, які виникають в усіх частках економічної діяльності. Ці перебудови мають кількісний та якісний характер і, в першу чергу, мають змогу впливати на людський капітал продуктивних сил.

Так, зміна до більш прогресивно-технологічного виробництва зумовлює необхідність мати більш кваліфіковану робочу силу, яка здатна самостійно приймати рішення, а не лише виконувати доручені команди. В цих умовах робоча сила має швидко реагувати на потреби роботодавців, тобто отримувати більш якісні та новітні знання і навички, які потребуються на даному етапі розвитку економіки регіону. Значне зменшення робочої сили в одних типах економічної діяльності, які є пріоритетними, та збільшення у інших, є однією з передумов збільшення дисбалансу кваліфікованого розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону.

Для дослідження даного питання одним з ефективних інструментів сучасна наука використовує метод прогнозування розподілу кваліфікованих кадрів на дисбаланс та людських продуктивних сил регіону, який враховує флуктуації, що виникають в процесі економічно-соціального розвитку регіону. Цей метод розроблено з урахуванням потреб регіональної економіки в інформації щодо різних факторів, які мають певний вплив як позитивний так і негативний на дисбаланс.

Дисбаланс має подвійне значення, і в залежності від того, як він змінюється, регіональна економіка або отримує негативний наслідок від нього, або позитивний. І навпаки, посилення негативних показників дисбалансу буде тим сильніше, чим на нього будуть впливати фактори дестимулятори. Застосування інструментарію регресивного-кореляційного аналізу дозволить розділити фактори на дестимулятори, стимулятори та ті, що не впливають на дисбаланс. Ці фактори стали основою в процесі розробки управлінських рішень які були спрямованих на подолання дисбалансу професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону. Цей методичний підхід дозволив визначити перспективи його розвитку в цілому та у розрізі професій, що дає змогу при розробці заходів регуляторного характеру враховувати зміни, що відбуваються у часі.

Вивчення світового досвіду щодо вирішення проблеми подолання дисбалансу є передумовою побудови середньострокового прогнозу професійних потреб в економіці регіону. В цю основу було покладено наступні базові ідеї:

1. У зв'язку з тим що прогнозування потреб регіону в кадрах є основою в цілісному механізмі взаємодії ринку регіону праці і професійної освіти, а головною метою розробки прогнозу виступає використання його для формування щорічного замовлення регіону на підготовку кваліфікованих кадрів в усіх рінях програми професійної освіти, необхідно прогноз аналізувати не в галузевому розділі, а у розділі професійності і спеціалізованості.

2. Як свідчить аналіз сучасних шляхів до розробки середньострокових кадрових прогнозів, жоден з цих засобів не можна визнати досконалим з погляду реалізації завдань прогнозування. Необхідний взаємодопоміжний спосіб, в якому застосовуватимуться різні підходи до аналізу і прогнозування стану дисбалансу.

3. Як додатковий засіб аналізу слід застосовувати: вторинний аналіз статистичних даних та знаходження популярних тенденцій в сфері зайнятості; аналіз проектів і програм економічного-соціального розвитку регіону; аналіз цілей і шляхів інвестицій в сучасний сектор економіки регіону; аналіз соціально-демографічної статистики.

4. Як ваговий шлях отримання необхідної інформації слід використовувати пряме опитування роботодавців регіону, у зв'язку з тим що структура поточної і перспективної

зайнятості навіть на схожих підприємствах мають істотні різниці. При такому методі можливо частково зменшити чинник взаємозамінюваності спеціалістів, так як про певну специфіку системи зайнятості безпосередні керівники підприємств ознайомлені досить добре.

5. Важливу позицію для формування регіонального замовлення на професійну-освіту займає прогнозування усіх кадрових потреб в професійних робітниках, спеціалістів з рівнем середньої або вищою професійною кваліфікованості, тобто всіх рівнів професійної підготовки.

Таким чином, прогнозні оцінки, базуються на власних оцінках роботодавців, створюють власне інформаційне поле, яке є головною базою для визначення перспектив у розширенні існуючих кадрових місць або створення нових. Отримані кінцеві результати допоможуть забезпечити можливість оцінити структуру професійною кваліфікованості в освітніх установах регіону з позиції відповідності системи перспективної необхідності робочих місць в конкретній економічній області.

Отже, у ході дослідження було проаналізовано значення дисбалансу у професійному розподілі людського капіталу продуктивних сил регіону під впливом змін у структурі економіки; проведено аналіз впливу факторів, що здійснюють вплив на стан дисбалансу стосовно професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону; узагальнено провідний світовий досвід, що дає змогу зробити наступні висновки:

- дисбаланс професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону змінюється під впливом різних показників, як внутрішніх, так і зовнішніх. Наприклад, збільшення дисбалансу виникає під час структурного руху у прогресі національної економіки та посилюється з певним терміном часу;

- для виникнення ефективного і надійного управлінського рішень потрібно мати достовірні і точні статистичні показники яку будуть відображати економічно-соціальний стан системи, а також потребу у проведенні аналізу певної інформації. Метою аналізу дисбалансу кваліфікованого розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону має бути спрямованим на з'ясування причинно-наслідкових зв'язків, які на динний момент існують.

Список використаної літератури

1. Кельбах С. В. Развитие региональной институциональной инфраструктуры / С. В. Кельбах. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3834>.
2. Гриневич Л. В. Регулювання структурного безробіття на ринку праці країни: [монографія] / Л. В. Гриневич, О. В. Зірко. – Харків: Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 352 с.
3. Контуган Д. Экономический дисбаланс, причины и решения [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://nalifat.info/analysis/financial-crisis/675-economicheskiiy-disbalans.html>.
4. Закон України «Про засади державної регіональної політики» // Відомості Верховної Ради, 2019, № 13, ст. 90 – Електронний ресурс – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/156-19>.

Білоцерківець В.В., д.е.н., професор
професор кафедри міжнародної економіки, політичної економії та управління
Український державний університет науки і технологій
crummess@gmail.com

Ісламов Н.С.
магістрант кафедри міжнародної економіки, політичної економії та управління
Український державний університет науки і технологій

АЗЕРБАЙДЖАНСЬКА ЕКОНОМІКА НА ПЕРЕХРЕСТЯХ ІСТОРІЙ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА ГЛОБАЛЬНІ ВИМІРИ

З давніх-давен наша Батьківщина, земля Азербайджану прославлена серед усіх ближніх та далеких народів як дивовижне місце, де народжується вогонь. Це місце, де людство вперше розпочало видобуток дивної палючої рідини, яка в подальшому стала відомою світові як нафта («neft» – азербайджанською). Недарма вітчизняні ашуги з давнини поетично називають Азербайджан «країною вогнів».

Багаті нафтові родовища розташовані навколо Баку, як на суходолі, так й навколишній акваторії Каспійського моря – «у темній глибині Під землею, під водою на каспійському дні» [1]. Історично саме тут, на території Апшеронського півострова були сконцентровані стародавні святилища зороастрійців. Одним з найбільш відомих з них був Atəşgah – храм вогню, визначений з 2007 р. Розпорядженням Президента Азербайджанської Республіки Ільхама Алієва державним історико-архітектурним заповідником [2]. Сама назва міста, що зараз стало столицею незалежної Азербайджанської Республіки, в стародавні часи, подекують, звучала як Атеші-Багуан – вогні бога, бо саме тут був зосереджений видобуток дивної рідини, що добре палала та час від часу самозаймалась.

З далеких часів піонерної розробки нафтових родовищ вже минуло понад 1500 років, але Азербайджан і в сучасній глобальній економіці залишається одним з провідних виробників нафти у світі – і надалі, за словами поета:

«Багата нафтою країна рідна,
 Земля батьків - Азербайджан» [1].

Середньовіччя було часом спорадичного, кустарного використання нафти для релігійних цілей або для побутового освітлення. Але слава про країну нафти ширилась світом, проте не надто відображалась на економічному розвитку тієї доби.

Розквіт нафтовидобування на теренах Азербайджанської Республіки розпочався вже у середині ХІХ ст., разом з інвестиційним бумом тих часів. Інвестиційний бум супроводжувався шаленим грюндерством та стрімкою розбудовою нового міста. Відбувався вихід населення за межі стародавніх мурів Ічерішехер, з'являлись нові широкі проспекти, бульвари та сучасні вулиць, будувались вишукані, позначені етнічним колоритом палаци національної аристократії та великої буржуазії, які і зараз прикрашають своїми незвичними обрисами, дивовижними архітектурними рішеннями, чудовими фантастичними візерунками балконів столицю Азербайджану, насичують неповторну міську атмосферу Баку своєюрідною симфонією кам'яної музики.

Нафтовий бум, економічне піднесення продовжувалось в подальшому лише з невеликими переривами протягом майже всього ХХ століття. Саме азербайджанська нафта стала важливою причиною вторгнення радянських військ до незалежної Азербайджанської Демократичної Республіки та, водночас, відіграла вирішальну роль у забезпеченні перемоги у німецько-радянській війні 1941-1945 років.

Починаючи з підписаного завдяки Президенту Азербайджанської Республіки Гейдару Алієву «Контракту століття», розпочався новий етап розвитку нафтової промисловості республіки [3, 4]. У нафтову галузь були спрямовані колосальні інвестиції, геологорозвідувальні роботи забезпечили відкриття нових багатих на нафту покладів на шельфі Каспійського моря. Були побудовані нафтові трубопроводи, що забезпечили вихід

азербайджанської нафти на світові ринки, інтеграцію республіки у глобальну економіку [5]. Було створено потужний Державний нафтовий фонд Азербайджану.

Протягом останніх п'яти років обсяг виробництва нафти в Азербайджанській Республіці коливався в межах 700-795 мільйонів барелів на день [6]. Це величезні обсяги, що, наприклад, чотирикратно перевищують добовий видобуток нафти у такій потужній нафтовидобувній країні як Бахрейн. Водночас, вивірене, економічно обґрунтоване, ефективне використання державою надходжень до країни валютної виручки від експорту нафти забезпечило розквіт й інших галузей національної економіки.

Нафтовий кластер національної економіки виступив атрактором іноземних інвестицій та сприяв їх подальшому каскадному поширенню у легку промисловість, а згодом й у важку промисловість спочатку Баку, його передмість, зокрема, Сумгаїту та всього Апшеронського півострову. Поступово процвітання поширювалось й у інші галузі національної економіки, зокрема будівельну та сільське господарство, та все нові регіони Азербайджанської Республіки.

Список використаної літератури

1. Бейбутов Р. Песня нефтяника. URL: <https://pesni.guru/text/%D1%80%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%B4-%D0%B1%D0%B5%D0%B9%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B2-%D0%BF%D0%B5%D1%81%D0%BD%D1%8F-%D0%BD%D0%B5%D1%84%D1%82%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0>
2. Об объявлении территории Храма Атешгях в Сураханском районе города Баку Азербайджанской Республики Государственным историко-архитектурным заповедником «Храм Атешгях». Распоряжение Президента Азербайджанской Республики, 2007. URL: http://www.anl.az/down/medeniyyet2007/dekabr/medeniyyet2007_dekabr_367.htm
3. Стратегическая «дорожная карта» по национальной экономике. Перспектива Азербайджанской Республики, 2016 г. URL: <https://president.az/ru/articles/view/21953>
4. Ганбаров Ф.А. Внешние экономические связи и проблемы экономического роста. Баку, 2012.
5. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. URL: <https://www.stat.gov.az>
6. Эфендиев О.Ф., Алиев Э.А. Внешнеэкономическая деятельность современного Азербайджана. Баку, Зардаби LTD. 2007.

*Кушнір Т.М., к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу*

*Львівський національний університет імені Івана Франка
taras_kushnir@ukr.net*

ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ НЕПОВЕРНЕННЯ ДО УКРАЇНИ НАСЕЛЕННЯ, ЩО ВІЙХАЛО ЗА КОРДОН ВНАСЛІДОК РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

З початком широкомасштабного вторгнення військ російської федерації на територію України величезна кількість українських громадян рятувалась еміграцією. Так, за оцінками ООН з 24 лютого за півроку Україну покинуло 12,5 млн. людей [3]. Водночас близько 5 млн. наших громадян повернулось до України лише з країн ЄС. Сьогодні понад 7,8 млн українських громадян знаходяться в країнах Європи, з них понад 4,7 млн. осіб зареєстровані для тимчасового захисту [1]. Крім втечі від бойових дій варто виокремити ще одну важливу проблему – примусове виселення українців за межі країни – депортація до країни-агресора. Офіційних цифр щодо примусового виселення немає, за даними, однак ще в липні місяці Президент В. Зеленський говорив про цифру в 2 млн. осіб, яких примусово вивезли до росії [2]. Таким чином складається картина, за якої близько третини українських громадян знаходяться за межами України. Важливе питання – чи повернуться вони? Маємо чітке

розуміння, що прихід зими, настання холодів та чергові масові ракетні обстріли критичної енергетичної інфраструктури України відчутно відтермінують рішення українців про повернення до своїх домівок.

Згідно дослідження, проведеного Центром Разумкова у серпні 2022 року значна частина українців, які виїхали за кордон – виїхали в перші місяці війни (рис. 1). За лютий-травень їх частка складає 90%.

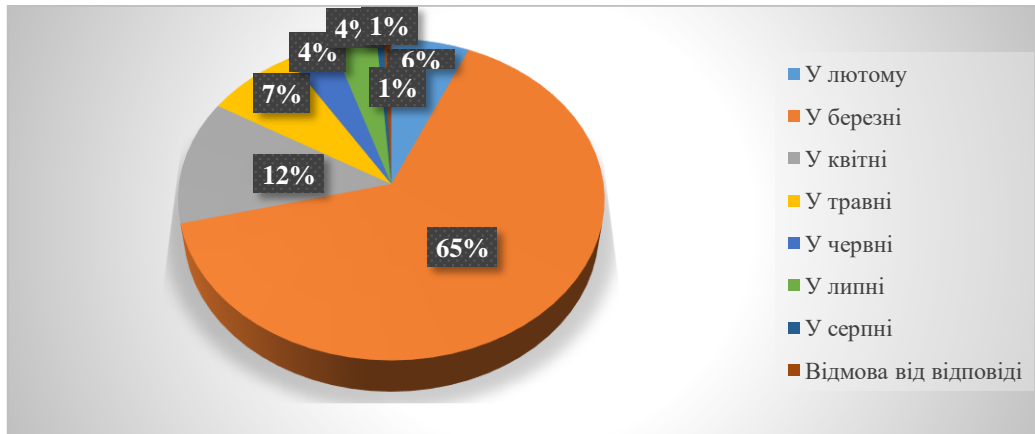


Рис. 1 Розподіл респондентів, які відповідали на питання «Коли Ви прибули до країни, в якій зараз перебуваєте?»

Сформовано автором на основі джерела [4]

Такі дані означають, що люди знаходяться в країні перебування вже понад півроку, вочевидь, вони в значній мірі адаптувались до середовища, вирішили свої побутові питання та питання, пов'язані з освітою дітей. Левова частка біженців з України – це жінки з дітьми, і в цьому моменті виникає дуже складне питання – чи повернуться вони до своїх чоловіків, чи, навпаки, чоловіки, після закінчення воєнного стану, поїдуть до сімей в більш безпечну країну? У згаданому дослідженні Центру Разумкова частка тих респондентів, що найближчим часом планують повертатись складає трохи більше 10%, натомість 36% повернуться лише тоді, коли переконаються, що в місцевості, де вони проживали тепер безпечно, майже 35% - повернуться лише після закінчення війни, майже 13% - через рік або кілька після закінчення війни і майже 7% не планують повертатись до України взагалі [4]. Вважаємо, що постановка такого питання є складною і не дає реальної картини думок респондентів, багато хто не готовий планувати так надовго, у частині варіантів відповідей закладені обставини, які складно спрогнозувати.

На наш погляд, аби мати змогу оцінювати перспективи повернення біженців на батьківщину, варто запитати, а до кого чи до чого вони повинні повертатись? Звісно, що питання патріотизму, любові до батьківщини, ностальгії ніхто не відміняв, однак – ці чинники складно оцінити як з точки зору щирості, так і з точки зору раціональності. Тому, вважаємо, що є дві групи чинників, які можуть вплинути на можливість повернення – соціальні та економічні. До соціальних віднесемо і вищезазвані чинники, також сім'ю, родичів, друзів, які залишились на батьківщині, до економічних – місце праці, рівень доходів, майно. Соціальні чинники оцінювати не будемо, бо в силу різних обставин, до прикладу, не біженці повернуться до сім'ї, а та частина сім'ї, яка поки є в Україні приєднається до них. Щодо економічних чинників, то вони не є настільки мобільними, щоби переміститись до іншої країни безболісно. Чинник місця праці вочевидь абсолютно не дає можливості повертати біженців на батьківщину, бо, очевидно, якщо працівник понад півроку знаходиться за межами країни, то місце праці його давно не чекає. Невелика частка людей, які працюють з-за кордону дистанційно мають можливість отримувати доходи з України, але, зрештою, такий статус-кво не змушує їх повертатись. Крім цього, за результатами соціологічного дослідження «Біженці з України в Польщі, Чехії і Румунії», проведеного Міграційною платформою EWL, Фондом підтримки мігрантів на ринку праці «EWL» та Центром Східноєвропейських студій Варшавського університету 63% біженців в Польщі планують працювати в цій країні, в Чехії цей відсоток складає 52%, у Румунії – 27% [5]. Це говорить про те, що ті заощадження, з якими

люди виїхали за кордон вже закінчуються, допомоги, яку вони отримують недостатньо, тому їм доведеться працювати. Місце праці за кордоном – це вже вагомий аргумент для того, щоби не повертатись до України, економічний розвиток якої в найближчі роки спрогнозувати вкрай складно. Чинник рівня доходів також працює не на користь повернення в Україну, бо переважна більшість українських біженців виїхали до країн Європейського Союзу, де рівень доходів відчутно вищий, ніж в Україні. Залишається ще один чинник – майно. Головне майно, заради якого варто повертатись – це помешкання. В останні роки українці доволі багато уваги, зусиль та грошей витрачали на облаштування власних помешкань. Комфорт, який собі можуть дозволити біженці з України в Європі, вочевидь, не співмірний і значно поступається тому комфорту життя, який в них був в Україні.

Згідно дослідження Центру Разумкова у близько 60% опитаних житло не постраждало (рис. 2) (також розуміємо, що це дані ще за серпень, а з того часу було доволі багато масованих ракетних обстрілів України).

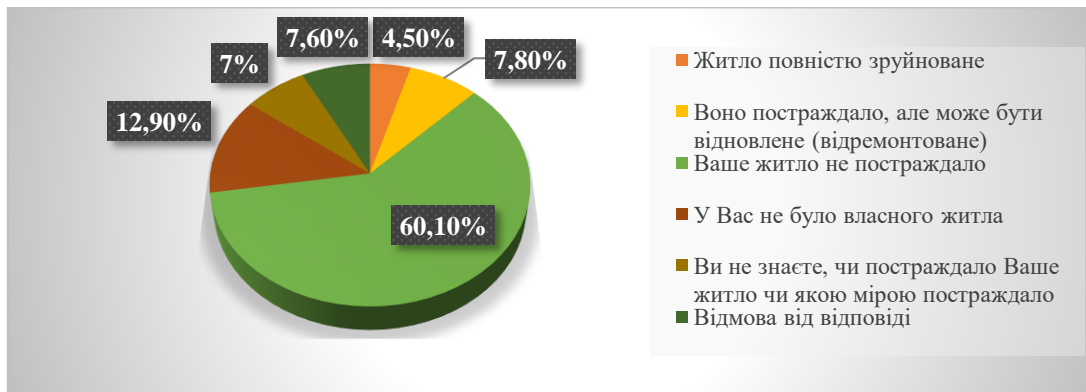


Рис. 2 Розподіл респондентів, які відповідали на питання «Чи постраждало житло внаслідок бойових дій?»

Сформовано автором на основі джерела [4]

Також розуміємо, що комфорт вимірюється не лише наявністю помешкання, нових меблів в ньому та сучасної побутової техніки. Комфорт також вимірюється і температурою повітря в помешканні, і наявністю в крані гарячої води, безперешкодного доступу до інтернету, електроенергії. Внаслідок останніх терористичних обстрілів України ці чинники абсолютно не забезпечуються. Логічним є запитання: Чи не викличуть проблеми з електроенергією та теплом нової хвилі біженців до Європи? Спостерігаючи за настроями українців сьогодні, їхньою здатністю швидко адаптуватись до складних реалій, можна з певністю говорити про той факт, що нової хвилі біженців не буде навіть у випадку повного блекауту. Але це відчутно пригальмує повернення тих, хто виїхав, і вже понад півроку не чує виття сирен, звуків вибухів, обстрілів, не ховається в укриттях.

Станом на сьогодні неможливо вдатись до будь-яких математичних розрахунків, щоб спробувати порахувати, скільки людей не повернеться до України. Наша думка є дуже простою, вважаємо, що тих, хто виїхав умовно можна розділити на три приблизно рівновеликі групи: перша група – це ті, хто точно повернеться, коли війна завершиться; друга група – це ті, хто не повернеться ні за яких обставин (до них ще долучаться їх чоловіки) і третя група – це ті, хто ще сам собі не готовий дати відповіді про своє майбутнє, власне на цю третю групу осіб необхідно скеровувати зусилля держави аби створити умови для їх повернення.

Список використаної літератури

1. Ukraine refugee situation [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine>.
2. Балачук І. Окупанти депортували 2 мільйони українців – президент / І. Балачук // Українська правда. 13 липня 2022. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/07/13/7357898/>.

3. Близько 5 мільйонів людей: скільки українців повернулися додому з ЄС // Евакуація. CITY. – Режим доступу до ресурсу: <https://evacuation.city/articles/237298/blizko-5-miljoniv-lyudej-skilki-ukrainsciv-povernulisya-dodomu-z-yes>.

4. Настрої та оцінки українських біженців (липень–серпень 2022 р.). - Разумков центр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/nastroi-ta-otsinky-ukrainskykh-bizhentsiv-lypen-serpen-2022p>.

5. Спеціальний звіт з соціологічного дослідження «Біженці з України в Польщі, Чехії і Румунії», проведеного Міграційною платформою EWL, Фондом підтримки мігрантів на ринку праці «EWL» та Центром Східноєвропейських студій Варшавського університету. - 2022. -20 с. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ewl.com.ua/wp-content/uploads/2022/08/RAPORT_EWL_INT_UKR_MEDIA.pdf

*Леонідов І.Л., к.е.н., доцент
доцент кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління
Український державний університет науки і технологій
leonidovil@gmail.com*

ЕВОЛЮЦІЯ ВЛАСНОСТІ ТА ПРИВЛАСНЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОДУКТУ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Постановка проблеми. Процеси Європейської інтеграції активізують в українській економіці прояв «четвертого етапу цифрової революції – Індустрія 4.0» у властивих складових, як то «великі дані» (Big Data) та рішення класу Business Intelligence, інтернет речей (IoT-internet of things), технологію «Blockchain», електронне управління ланцюгами постачань (e-SCM), 3D-друк, швидка доставка «безпілотними дронами», хмарні сервіси «Cloud Software as a Service (SaaS), Cloud Platform as a Service (PaaS), Cloud Infrastructure as a Service (IaaS)» та ін., в основі яких є власність та привласнення інтелектуального продукту. Вивчення міжнародного досвіду привласнення інтелектуального продукту зосереджується на економічних відносинах акторів привласнення інтелектуального продукту, які притаманні інтернаціональному рівню їх взаємодії. Відомі результати дослідження привласнення інтелектуального продукту в частині якісних ознак продукту належності та набуття інтелектуальних сутнісних сил [1, с.15-18] характеризують локальний зріз цієї наукової проблематики. Актуальними лишаються питання привласнення інтелектуального продукту в частині якісних ознак акторів належності та набуття інтелектуальних сутнісних сил, у т.ч. з урахуванням міжнародного досвіду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Хронологія взаємодії акторів привласнення інтелектуального продукту, виявляється в наступних етапах фіксації й легітимації інтелектуального продукту: перший етап відзначений економічною думкою рабовласницького устрою як фіксація (символьна) у формі маркування; в творах представників економічної думки Середньовіччя закарбувалися прояви другого етапу (з V до XVIII ст.) фіксації (привілейованої) результатів інтелектуальної діяльності [1] в формі патентних грамот; у наробітках прихильників меркантилізму та фізіократів занотовувалися прояви третього етапу (з XVIII до XIX ст.) фіксації (правової) результатів інтелектуальної діяльності в формі патентних систем суверенних держав; у працях дослідників юридичного аспекту власності представників класичної політичної економії та їх послідовників [2] кристалізувалися прояви четвертого етапу (з кінця XIX ст.) міжнародної фіксації (знаково-символьної) результатів інтелектуальної діяльності при її інтернаціоналізації в формі міжнародних угод захисту інтелектуальної власності.

В наведених етапах фіксується досвід привласнення інтелектуального продукту переважно розвинених країн, як країн-інноваторів в умовах високого рівня захисту прав інтелектуальної власності, дієвого механізму комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності, мотивованого підвищенням власної конкурентоспроможності, поживавленням

економічної активності, нарощуванням експорту високотехнологічної продукції, що забезпечить стимулювання винахідництва та нових технологій [3]. Однак, в частині країн з низьким рівнем економічного розвитку, що є переважно споживачами інтелектуального продукту або імітаторами інновацій, зазначений досвід є суперечливим через не спроможність прав власності стимулювати винаходи та науково-дослідні роботи в умовах відсутності кадрового та технічного потенціалу, низького життєвого рівня населення, неспроможного пред'являти попит на інноваційну продукцію. У відміченому досвіді підтверджується переважно об'єктивна основа міжнародного науково-технічного обміну – асиметричність інноваційного розвитку країн та регіонів, тобто наявність глибокого технологічного розриву.

Формулювання цілі статті. Метою є виявлення міжнародного досвіду екстерналізації привласнення інтелектуального продукту, корисного для національної економіки України.

Викладення основного матеріалу. З авторського погляду, виявлення основних етапів фіксації інтелектуального продукту не відображає всієї специфіки міжнародного досвіду його привласнення та потребує поглибленого дослідження відповідного досвіду різних країн.

Для дослідження обрано наступні країни: ФРН (категорія «сильний інноватор» (strong innovator) [4]), Франція (категорія «сильний інноватор» (strong innovator) [4]), Польща (категорія «помірний інноватор» (moderate innovator) [4, 5]), КНР є світовим лідером за кількістю поданих заявок на права інтелектуальної власності [6]).

Таблиця 1

Міжнародний досвід стимулювання екстерналізації привласнення інтелектуального продукту.

соціально-економічні умови	кластери інтелектуальної діяльності		
	творці	продуценти	посередники-новатори
ФРН:			
посилення дії тенденції перетворення великої приватної власності в найкрупнішу	державно-приватне партнерство щодо субсидій для підготовки кваліфікованих спеціалістів, досліджень і розробок	захист національних винаходів від «небажаного копіювання»	державне стимулювання субсидіями досліджень і розробок в умовах провідної ролі держави у структуруванні відносин між банком і промисловістю
Франція:			
посилення дії тенденції асоціювання дрібної приватної власності та її перетворення у найкрупнішу	державні фінансові стимули розвитку знань в частині покращення компетенцій, навичок та створення «проривних» технологій	патентування та ліцензування, що підтверджує факт «вичерпання прав» як панування великих володарів над відносно дрібними	державні бюджетні програми стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності приватного сектору
Польща:			
приватна власність, утворена в результаті трансформування державної власності	державні стимули в формі грантів та податкових пільг для кваліфікованих наукових кадрів і сучасних дослідницьких центрів	легітимація форм інтелектуального продукту відповідно до вимог ЄС	реалізація державних програм стимулювання (із залученням фондів ЄС) наявного науково-дослідного і економічного потенціалу до проведення НДДКР польськими виробниками
КНР:			
недержавні уклади економіки (приватний сектор), що сформовані поряд із державним	планомірне використання міжнародних ресурсів для зміцнення технологій та залучення талантів	планомірна реалізація політики «корінних інновацій», націленої на міжнародний патентний захист	планомірна експортна орієнтація національної економіки

[Джерело: розроблено автором]

У якості результату дослідження досвіду стимулювання екстерналізації привласнення

інтелектуального продукту в зазначених країнах (що наведено в таблиці 1.) виявлено функціонал такого стимулювання, що формалізується в максимізації актуалізації належного інтелектуального продукту та мінімізації латентності належного інтелектуального продукту.

Висновки. За результатами аналізу міжнародного досвіду екстерналізації привласнення інтелектуального продукту, можна зробити такі висновки:

1) в досвіді привласнення інтелектуального продукту різних країн виявляється систематичність використання інтелектуального продукту як об'єктивна тенденція розвитку суспільного виробництва.

2) рушій розвитку такої тенденції можливо формалізувати в структурі кластерів інтелектуальної діяльності творців, продуцентів, посередників-новаторів як властиву суперечність, а саме: постійне накопичення латентних форм інтелектуального продукту як перешкоди екстерналізації інноваційної діяльності.

3) в міжнародному досвіді екстерналізації привласнення інтелектуального продукту відображений спектр регулюючих заходів держави із стимулювання актуалізації належного інтелектуального продукту.

Список використаної літератури

1. Кірін Р.С., Хоменко В.Л., Коросташова І.М. Інтелектуальна власність: Навч. посібник. 2-ге вид. перероб. і доп. – Д.: Національний гірничий університет, 2008. 280 с.

2. Ходаківський Є. І. Інтелектуальна власність: економіко-правові аспекти [текст] Підручник: 3-тє вид., перероб. та доп. / Є. І. Ходаківський, В. П. Якобчук, І. Л. Литвинчук. К.: «Центр учбової літератури», 2017. 504 с.

3. Integrating Intellectual Property Rights and Development Policy / Commission on intellectual property rights [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.Iprcommission.org>.

4. Innovation Union Scoreboard. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en.

5. Ihor Leonidov, Iryna Kalina, Viktoriia Khurdei, Vira Shevchuk, Tetiana Vlasiuk, (2022). Introduction of a Corporate Security Risk Management System: The Experience of Poland. Risk Financial Management. Volume 15. p. 335-1 –335-27. (Scopus, ISSN 1911-8074)

6. Всесвітня організація інтелектуальної власності: Офіційний сайт. Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.wipo.int/ipstats/country_profile/

*Пилипенко Ю.І., д.е.н., професор
завідувач кафедри економічної теорії та
міжнародних економічних відносин,*

*Поколюдна С.А., бакалавр
НТУ «Дніпровська політехніка»
pylypenko.yu.i@ntu.one*

СУЧАСНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Під впливом досягнень сучасної інформаційної революції і поглибленням глобалізаційних процесів стрімко посилюється взаємозалежність національних економік, формується єдиний економічний, технологічний, фінансовий, освітній, інформаційний та гуманітарний простір. Людські ресурси і технології все більш стрімко переміщуються в світі, що сприяє більш швидкому зближенню культур, деякій уніфікації цінностей при збереженні культурного розмаїття і особливостей менталітету різних народів.

Під впливом цих нових, якісних тенденцій світогосподарського розвитку суттєво змінюються і умови міжнародних економічних відносин, характер, форми та методи ведення міжнародного бізнесу. Сама сутність терміну «міжнародний бізнес», незважаючи на численні трактування даного феномену у науковій літературі та законодавчих актах різних країн, має

достатньо стали своєю основою, яка зводиться до розуміння наявності економічних зв'язків між суб'єктами різних країн світу. Так, наприклад, на думку О. Лааша та Р. Конвея «міжнародний бізнес складається з усіх комерційних угод, у тому числі продаж, інвестицій і транспорту, з усього, що має місце між двома або більше країнами» [1].

Спираючись на дані сутнісні ознаки міжнародного бізнесу, науковці полемізують навколо питань його суб'єктів, форм реалізації, методів взаємодії тощо. Особливо дана полеміка активізувалася саме в епоху глобалізаційних процесів, зважаючи на суттєве розширення та певну модифікацію форм ведення міжнародної підприємницької діяльності під впливом якісних змін середовища такої діяльності. Ми погоджуємося з тим, що «новітні форми міжнародного бізнесу» – це традиційні форми міжнародного бізнесу, які трансформувалися, набуваючи нових якостей за рахунок впливу глобалізації, процесів інтернаціоналізації, науково-технологічного прогресу, конкурентної боротьби та особливостей споживання товарів й послуг в різних країнах» [2, с.123].

Подібна трансформація, насамперед, стосується тих форм торговельної та виробничої діяльності, які почали широко використовувати можливості сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій. Ведення міжнародних економічних операцій в режимі реального часу, «не виходячи з офісу» та за рахунок диверсифікації видів бізнесу та сегментів світових ринків – є об'єктивною реальністю діяльності міжнародних агентів в глобалізованому світі. «Міжнародні корпорації перетворюються в більш гнучкі і менш централізовані об'єднання, які називають «ТНК п'ятого покоління» або «планетарні універсальні компанії». Вони не мають чітких меж або галузевої спеціалізації, засновані на системі різноманітних холдингів, формують специфічне внутрішнє «напівринкове-напівієрархічне середовище». Нові структури виникають і поза традиційних корпоративних рамок у формі міжнародних альянсів або довгострокових партнерських відносин» [3, с.21].

Незважаючи на достатньо широкі можливості для зовнішньоекономічної діяльності в країнах світу малого та середнього бізнесу, все ж таки основним суб'єктом глобалізованої економіки продовжують залишатися крупні міжнародні компанії. Саме крупний міжнародний бізнес, розширюючи свої філії та дочірні підприємства в інших країнах, створюючи новітні мережеві структури та міжнародні альянси, є головним джерелом та генератором глобалізації, розширюючи кордони глобальної економіки. Використовуючи універсальні продуктово-ринкові стратегії, спрямовані на адаптацію до мінливих умов світового ринку та ринковим мотиваціям споживачів з різних країн і регіонів, крупні компанії продовжують домінувати на окремих світових ринках та отримувати надприбутки. У цілому наше бачення сучасних форм бізнесу ілюструє рисунок 1.

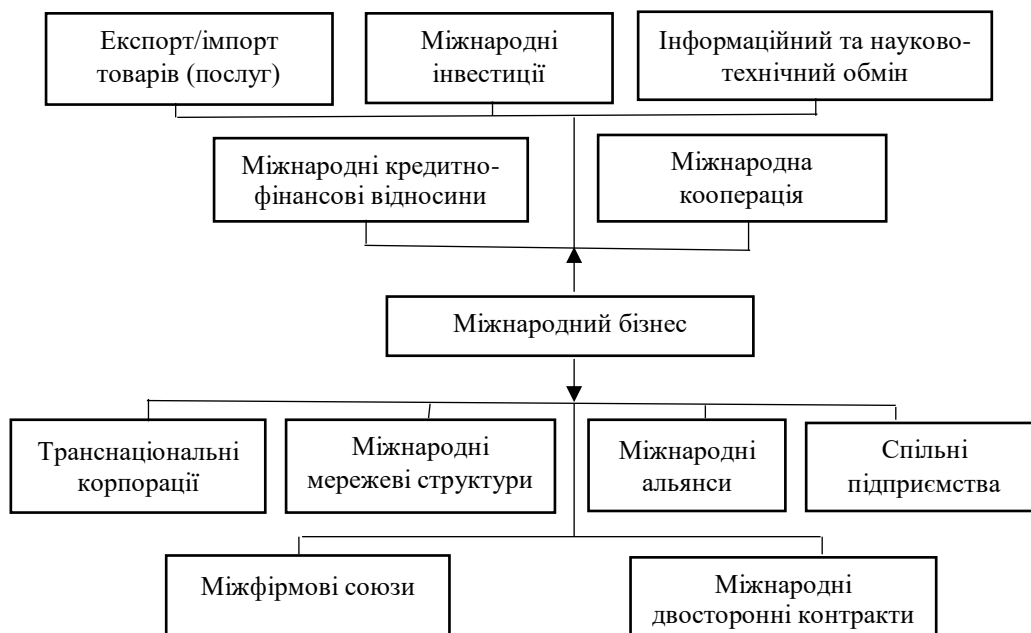


Рис. 1. Система міжнародного бізнесу

Однією із причин домінування ТНК у сучасних умовах є достатньо жорсткі умови трансферу нових технологій, які зумовлені закономірностями сучасного техноглобалізму. У цілому техноглобалізм через посилення взаємозалежності та взаємозв'язку національних технологічних систем представляє собою процес формування єдиної глобальної системи виробництва та обміну результатів інноваційно-технологічної діяльності, в якому роль ТНК є ключовою. Так, наприклад, понад 60% ліцензійних надходжень в розвинутих країнах світу сьогодні припадає на частку корпорацій всередині країни (у США – близько 80%) [4].

Масштаби застосування тих чи інших форм трансферу технологій достатньо сильно визначається рівнем економічного розвитку конкретної країни. Так, саме в розвинутій частині світу зосереджені материнські компанії ТНК, які, з одного боку, мають потужні можливості для власних НДДКР, купівлі ліцензій, залучення до себе провідних вчених та інженерів зі всього світу, та, з іншого, достатньо жорстко контролюють розповсюдження своїх технологій через філії та дочірні підприємства, через створення спільних підприємств тощо. Це закономірно обмежує можливості інших країн, які не володіють новітніми технологічними розробками, їх отримати і використати в своїй діяльності.

Список використаної літератури

1. Laasch, O., Conaway, R. (2015). *Glocal Sustainability, Responsibility and Ethic*. Cengage Learning, USA, Copyright, 576 p. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0075>
2. Прушківська Е.В., Третьякова, К.О. Основи розвитку новітніх форм міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2018, № 2, С. 119-125.
3. Онищенко В.П. Сучасні організаційні форми та моделі міжнародного бізнесу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки*. №3 (80), 2015, С. 20-31.
4. Technological Developments and their Effects on World Trade. URL: <http://ideas.repec.org/p/wpa/wuwpit/0108006.html>.

*Приходченко О.Ю., к.е.н.
доцент
НТУ «Дніпровська політехніка»
oksana.prykhodchenko@gmail.com*

ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗМІРУ ЗАМОВЛЕНЬ

Запаси на підприємствах грають важливу роль, оскільки впливають безпосереднім чином на безперебійність діяльності з одного боку, та їх рівень може впливати на ліквідність підприємства з іншого боку. Тому проблема розміру замовлень запасів, їх розміщення та бюджету, який виділяється на них, є актуальною. В сучасному світі також необхідно враховувати нестабільність багатьох процесів. Зокрема, попит не є сталою величиною, на нього впливають різні фактори, деякі з них можна передбачити (сезонність), деякі ні.

Серед дослідників зарубіжних та вітчизняних, які займалися моделюванням запасів з врахуванням невизначеності, можна назвати Бандоріну Л.М.[1], Климкович Т.О.[1], Шостак А.В.[1], Маркозова Д.О. [2]. Імітаційному моделюванню логістичної системи присвячена робота Ю. Тараненко, І. Федоренко [3].

Однією з часто використовуваних формул є формула Уілсона, за якою визначається економічний розмір замовлення. Хоча сама формула була отримана Ф.У. Харрісом [4].

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \cdot C_0 \cdot S}{C_i \cdot U}},$$

де EOQ – економічний розмір замовлення, од.;

C_0 – витрати на виконання замовлення, грн;

C_i – закупівельна ціна одиниці товару i , грн;

S – річний обсяг продажів, од.;

U – частка витрат зберігання в ціні одиниці товару.

Але ця формула може бути застосована лише за певних умов, зокрема відомі постійний попит, час поставки, лише відомі витрати на замовлення та утримання запасів та інші.

В реальній підприємницькій діяльності попит рідко буває кожен період однаковий. Але вивчивши статистичні дані, можна зробити припущення, що він підпорядковується рівномірному розподілу. Те саме стосується інших параметрів. В той самий час запаси відволікають фінансові ресурси, тому можуть бути обмеження бюджету для закупки. Тому важливо оцінити границі необхідних замовлень та наскільки буде критичним обмеження бюджету.

За допомогою імітаційного моделювання, а саме методу Монте-Карло [6], проведемо моделювання та аналіз економічного розміру запасів за умов, коли попит, закупівельна ціна та витрати на виконання замовлення підпорядковуються рівномірному розподілу.

Розрахунки можливо зробити в середовищі MS Excel, використавши вбудовані генератори випадкових чисел. А саме використаємо функцію (randbetween (bottom, top)).

Отже, на певний товар прогнозується попит з максимальною величиною 300 од., мінімальною величиною 200 од., закупівельна ціна від 10 грн до 15 грн за одиницю товару, та витрати на виконання замовлення від 100 до 120 грн. Проведемо 1000 випробовувань та знайдемо математичне очікування економічного розміру замовлення. Фрагмент з розрахункової таблиці представлено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Імітаційне моделювання економічного розміру замовлення

	C_0	C_i	S	U	EOQ
1	103	14	232	0.1	184.76
2	109	10	202	0.1	209.85
3	111	10	290	0.1	253.73
4	112	11	200	0.1	201.81
5	110	15	238	0.1	186.83
6	105	12	232	0.1	201.49
...
994	111	14	247	0.1	197.91
995	105	15	264	0.1	192.25
996	120	11	212	0.1	215.07
997	116	15	229	0.1	188.20
998	105	11	222	0.1	205.87
999	119	11	234	0.1	225.01
1000	109	13	225	0.1	194.24
Середнє	109.88	12.49	250.49	0.10	211.02

Таким чином, виходячи з моделювання економічний розмір замовлення 211 од. товару. Якщо виділено бюджет на 200 од., то з імовірністю 30% його буде достатньо. Імітаційне моделювання дає змогу проаналізувати економічний розмір замовлень в умовах невизначеності та ризику, надати рекомендації щодо системи управління запасами.

Список використаної літератури

1. Бандоріна Л.М. Розробка системи управління замовленнями / Бандоріна Л.М., Климкович Т.О., Шостак А.В. // Економічна кібернетика: моделі економічної поведінки суб'єктів господарювання, дослідження, розробка та використання: збірник наукових праць за

матеріалами Всеукраїнської інтернет-конференції, м. Дніпро, 1-2 березня 2021 р. – Дніпро: НМетАУ, 2021. – с. 77-83.

2. Маркозов Д.О. Математична модель оптимізації вартості і терміну управління багатоменклатурними запасами [Текст] / Д.О. Маркозов // Вісник НТУ «ХП». Серія: Нові рішення в сучасних технологія. – 2015. – Т.28. – №15.-С. 205– 213.

3. Тараненко Ю. Імітаційне моделювання логістичних процесів / Ю. Тараненко, І. Федоренко / Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - Економіка 8(185). – 2016. - С 38-44.

4. Логістика : навч. посіб. / О.М. Тридід, Г.М. Азаренкова, С.В. Мішина, І.І. Борисенко. - К. : Знання, 2008. - 566 с.

5. Буртняк І.В. Імітаційне моделювання: методичні рекомендації для студентів спеціальності економічна кібернетика. – Івано-Франківськ: 2019. - 97 с.

Прохорова В.В., д.е.н., професор
Завідувач кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія
Чобіток І.О., асистент
кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія
igor_chobitok@ukr.net

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА БІЗНЕСУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний етап розвитку світового ринку характеризується підвищеною динамікою, нестабільністю і, насамперед, глобалізацією бізнесу. Усі ці процеси характеризують безперервну еволюцію індустріального суспільства та його перехід до нового етапу розвитку – інформаційного суспільства, тобто суспільства знань. Для такого суспільства характерна глибока залежність від наукових знань та інновацій.

Беззаперечність використання інновацій як основи досягнення підприємствами стратегічної конкурентної переваги не потребує конкретних доказів. У фундаментальній праці М. Портера прямо стверджується: «Компанія досягає конкурентної переваги завдяки інноваціям. Вони підходять до інновацій у найширшому сенсі, використовуючи як нові технології, так і нові способи роботи. Як тільки компанія отримує конкурентну перевагу завдяки інноваціям, вона може підтримувати її лише шляхом постійного вдосконалення. Будь-яку компанію, яка перестане вдосконалюватися та впроваджувати інновації, конкуренти негайно й впевнено обійдуть». [1-3]

Інноваційна складова бізнесу стає ключовим фактором успіху не лише у вирішенні тактичних завдань, а й насамперед у вирішенні завдань стратегічного характеру та глобального масштабу. Компанії приймають управлінські рішення та ставлять економічні цілі та завдання одночасно в різних сферах господарської діяльності. У зв'язку зі зростанням впливу нових технологій на економічне зростання зростає також роль і значення інноваційного розвитку в системі корпоративного та стратегічного управління організаціями. Однак організація може досягти успіху в сьогоденному економічному середовищі, лише якщо її система «Корпоративна конкурентна перевага: як досягти високої продуктивності та сталого розвитку» відповідає низці вимог.

Ефективність управління залежить від багатьох факторів, серед яких можна виділити процес передачі інформації. Сам процес надання інформації можна охарактеризувати за такими критеріями: достовірність, своєчасність, корисність. Саме ці якісні характеристики в кінцевому підсумку істотно впливають на процес прийняття управлінських рішень, особливо в такій сфері, як страхування.

Інформаційну культуру організації як сукупність компетенцій персоналу у сфері ефективного використання інформації та організації інформаційного простору всередині та поза організацією та ступінь відкритості організації в системі економічних відносин можна вважати відображенням інноваційної діяльності цієї компанії.

У свою чергу, компоненти інформаційної культури створюють інформаційний простір організації, індивідуально і сукупно, складаючи своєрідний якісний цикл використання інформації при прийнятті інноваційних управлінських рішень. Оцінку інноваційної діяльності підприємства можна здійснити на основі розробленого автором показника інформаційної культури. Інформаційна культура підприємства, а також комплексна діяльність щодо якісного інформаційного забезпечення діяльності істотно впливають на інноваційну активність підприємства, мають синергетичний вплив на діяльність підприємства, що виражається у підвищенні як кількісних, так і якісних показників ефективності. .

Таким чином, у сучасному світі інформація є одним із найважливіших ресурсів розвитку кожної компанії. Воно перетворюється на знання, а знання перетворюються на капітал. Крім іншого, інформація та розвинена інформаційна інфраструктура сприяють створенню тривалих партнерських відносин, зміцненню довіри учасників страхового ринку на всіх рівнях, а отже, зміцненню конкурентних позицій страховиків.

Інноваційна складова бізнесу стає ключовим фактором успіху не лише у вирішенні тактичних завдань, а й насамперед у вирішенні завдань стратегічного характеру та глобального масштабу. Компанії приймають управлінські рішення та ставлять економічні цілі та завдання одночасно в різних сферах господарської діяльності. У зв'язку зі зростанням впливу нових технологій на економічне зростання зростає також роль і значення інноваційного розвитку в системі корпоративного та стратегічного управління підприємством.

Список використаної літератури

1. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток : маркетинг і менеджмент знань : монографія. Суми : Діса плюс, 2016. 192 с.
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. Babenko, V., Baksalova, O., Prokhorova, V., Dykan, V., Ovchynnikova, V., Chobitok, V. Information and Consulting Service Using in the Organization of Personnel Management // Estudios de Economía Aplicada. 2021. Vol. 38-3, no 1, P. 1-10. <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.3999>

*Прушківська Е.В., д.е.н., професор
завідувач каф. «Міжнародні економічні відносини»*

*Лазнева І.О., к.і.н., доцент
доцент кафедри «Міжнародні економічні відносини»*

*Васильченко К.І.
магістр спеціальності «Міжнародні економічні відносини»
Національний університет «Запорізька політехніка»
em.prushkovskaya@gmail.com*

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ СПРИЧИНЕНОЇ COVID-19

Глобальні виклики вносять свої корективи у розвиток світового та національного господарства, зокрема пандемія COVID-19. Багато світових компаній із-за пандемії були змушені повністю або частково зупинити виробництво, в результаті зазнали колосальних збитків. Крім закриття виробництв спостерігаються значні перебої в логістиці, падіння купівельної спроможності, що спричиняє катастрофічні збитки. Система світового

господарства, яка здавалася цілком стійкою, зазнавала деформацій надто швидко, майже миттєво (згортання міжнародної торгівлі та глобальних авіаперевезень відбулося в прискорених темпах протягом одного місяця) у результаті відносно невеликого поштовху.

Багато компаній не змогли пережити нових викликів і були змушені піти з національного ринку. У свою чергу ТНК мають більшу гнучкість і змогли перетворити свій бізнес, орієнтувавши його на цифровий простір і створивши умови для подальшого переходу на нові умови діяльності більшість соціально-економічних процесів. Практика боротьби з наслідками COVID-19 призвела до уповільнення процесів глобалізації в матеріальному та фізичному плані, однак цифровий простір дозволив по-новому розвиватися міжнародному бізнесу.

Аналізуючи світові тенденції, важливо зазначити, що після стрімкого падіння фондових бірж у 2020 році спостерігалось певне відновлення світової економіки. Зокрема, вже до квітня 2021 року 100 найбільших компаній світу мали статки у 31,7 трлн дол., що перевищує ВВП США або Китаю і практично дорівнює їх сукупному ВВП (35 трлн дол.) [1]. Насамперед колосальне зростання спостерігається у технологічному секторі (найбільші ІТ-компанії домінують у ТОП-10). Такі тенденції свідчать про позитивні можливості, які отримали ТНК за умов поширення пандемії COVID-19.

Пандемія завдала шкоди більшості галузей світової економіки. При цьому збитки були сильнішими, ніж глобальна фінансова криза 2008-2009 рр.: будівельний сектор скоротився практично на 15% (у 2008-2009 рр. на 5%); авіакосмічна промисловість скоротилася на 25% (у 2008-2009 рр. на 24%); автомобільна промисловість скоротилася понад 25% (у 2008-2009 рр. на 12%) тощо. Важливо зазначити, що стан найбільших компаній світу за весну 2021 р. перевищив значення весни 2020 р. на 50%[2], що свідчить про практично повне фінансове відновлення ТНК, що не можна сказати про національні компанії, які перебувають у серйозному кризовому становищі і змушені поступатися національними ринками більш стійким міжнародним конгломератам. Тобто ми спостерігаємо суперечливий вплив пандемії на національні компанії (пандемія стримує розвиток) та на ТНК (пандемія надає поштовх до розвитку).

У той же час, ТНК вже зараз володіють значною частиною світової економіки і перспективи їх розвитку викликають занепокоєння, з приводу їх швидкого розширення, у багатьох експертів. Про роль ТНК у сучасному світовому господарстві свідчать такі дані, зокрема, вони контролюють понад 50% світового промислового виробництва та 70% торговельного сектора, практично 90% усіх технологій, залучають понад 90% усіх іноземних інвестицій, а також мають у своєму розпорядженні практично 100% володіння багатьма ключовими ресурсами, наприклад, залізною рудою, міддю, кавою, пшеницею, тощо.

Якщо розглядати проблеми ТНК в умовах пандемії, слід проаналізувати ключові галузі, що постраждали від COVID-19. Так, у 2020 році було скасовано планові міжнародні угоди щодо злиття та поглинання у наступних галузях: 10% – у сфері електропостачання; 7% – у нафтопереробній промисловості; 6% – у хімічній промисловості; 5% – у сфері транспорту; 4% – у сфері готельного бізнесу; 4% – у нафтогазовій промисловості; 3% – у сфері торгівлі[3].

Негативний вплив пандемії на ТНК віддзеркалився на кадрових проблемах та скороченні виробництв, але фінансові можливості дозволили оцифрувати робочий та виробничий простір, а також визначити нові точки стратегічного зростання, що є позитивними зрушеннями. Нестача людських ресурсів на фізичному виробництві призвела до зниження ефективності функціонування багатьох підприємств та зниження їх виробничих потужностей, що у свою чергу призвело до перебоїв у ланцюжках поставок та перегляду економічних прогнозів. Експертами зазначається, що транспортно-логістичні проблеми будуть відбуватися і надалі, що пов'язано з такими проблемами, як обмеженість запасів сировини та необхідних матеріалів, скорочення запасів важливих для виробництва компонентів, залежність у різних країнах від компонентів виробництва, обмеження пересування капіталу та людей між кордонами, збільшення вартості робіт тощо. Так, відбулися зміни у більшості великих

організацій світового ринку (понад 70%) та у всіх ТНК, які під впливом COVID-19 по новому оцінили значущість процесного управління.

Також існує проблема пов'язана з обмеженням прямих іноземних інвестицій, що погіршує перспективи економічного зростання та не дозволяє компаніям компенсувати провали, зумовлені самоізоляцією та транспортно-логістичними проблемами. Проте глобалізаційні процеси не зникають і продовжуватимуть впливати на ринкову структуру в усіх країнах. Цифрові технології та інновації стрімко розповсюджуються в межах міжнародного технологічного трансферу, що є базою створення доданої вартості продукції. Тобто, на технологічних ТНК пандемія COVID-19 позначилася позитивно на відміну багатьох інших галузей.

Поступальний розвиток системи трансферу технологій залишається однією з головних гарантій успішного розвитку національної економіки, а розширення сфер та інститутів, що сприяють розвитку технологічних ТНК, призводить до посилення глобалізації та міжнародної інтеграції національної економіки.

Неминучий перехід до гнучкого та інтелектуального виробництва відбуватиметься і в постковідний період. Продовжиться збільшення цифрових перетворень у всіх сферах задля досягнення нових ступенів ефективності бізнесу. ТНК швидше за інших компаній стали активно переходити на цифрові технології та змогли залучити кращих ІТ-фахівців, що дозволило їм мінімізувати критичні ризики та частково скоротити негативні наслідки пандемії. Щонайменше цей факт призвів до прискорення цифровізації мінімум на 300%. COVID-19 випробував на міцність ТНК, проте вони змогли встояти шляхом ускладнення своєї інфраструктури та прискорення цифрової генерації, а зупинка виробництва стала лише тимчасовим явищем і дозволить найближчим часом створити новий потенціал для сталого зростання.

Пандемія вкотре продемонструвала нестійкість та залежність економіки. Більшості світових компаній доводиться змінюватись та адаптуватися. Криза вимагає від корпорацій переосмислення і швидкого прийняття змін і виконання завдань, пов'язаних з новими можливостями та зміцненням. Глобальним компаніям, необхідно звернути увагу на важливість управління ризиками і здатність адаптуватися та змінюватися в умовах що склалися, а багаторічний досвід успішної роботи не повинен заважати освоювати передову інноваційну практику реагування на кризові явища.

Найближчі перспективи економічного розвитку будуватимуться саме інформаційними ТНК, навіть після нормалізації епідеміологічної ситуації. Таким чином, незважаючи на нестабільну епідеміологічну обстановку, що негативно позначилася на стані всіх секторів економіки, спостерігається посилення впливу ТНК, а найефективнішими є ті корпорації, які активно нарощують свій цифровий та інформаційний потенціал. Пандемія з одного боку створює загрози для розвитку, а з іншого дає новий поштовх для розвитку в умовах Четвертої промислової революції, що потребує подальшого наукового дослідження.

Список використаної літератури

1. Shen H., Fu M., Pan H., Yu Z., Chen Y. The Impact of the COVID-19 Pandemic on Firm Performance. *Emerging Markets Finance and Trade*. 2020. № 10. P. 2213-2230. DOI: 10.1080/1540496X.2020.1785863.
2. Investment trends monitor. Impact of the COVID-19 pandemic on global FDI and GVCs. Special issue. March 2020 / United Nations Conference on Trade and Development. – New York and Geneva: United Nations, UNCTAD. – 2020.
3. OECD (2020). Impact of Covid-19 Pandemic on Trade and Development. Retrieved from: https://unctad.org/system/files/official-document/osg2020d1_en.pdf.

*Сисько О.Г.
здобувач третього рівня вищої освіти
Моголівець А.А., к.е.н.,
доцент кафедри економіки будівництва
Київський національний університет будівництва і архітектури
sysko_oh@knuba.edu.ua*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ЦИКЛІЧНОСТІ

Хоча спади і сплески ділової активності є характерною рисою розвинутої ринкової економіки [2, с. 139], пошук причин їх виникнення та згладжування негативних впливів, які виникають при різких змінах напрямку розвитку економіки є актуальним напрямком досліджень сьогодення. При чому різні дослідники часто називають причинами різні, часто цілком протилежні, чинники зростання і спадання ділової активності. Найбільш праць із дослідження циклічності сьогодні належать до однієї із провідних економічних шкіл – кейнсіанства і неокласичної школи. Тому здійснення порівняння підходів до виявлення причин економічної циклічності цих провідних економічних шкіл є актуальним напрямком досліджень економічної циклічності.

Кейнсіанська теорія стверджує, що коли сукупний попит змінюється, а ціни, які є менш гнучкими, залишаються на попередньому рівні, то це зумовлює коливання інвестиційної активності, тобто породжує економічний цикл. Вперше ці цикли почали досліджувати під час Великої депресії, коли потрібно було зрозуміти причини та шукати шляхи подолання найбільшого на той час падіння економіки.

Дж. Кейнс вважав, що під час економічних криз уряд може тимчасово стимулювати економіку шляхом заміни витрат споживачів державними видатками на реалізацію інфраструктурних проєктів, формування статутних фондів підприємств, а також стимулювати попит шляхом зменшення податків. Активна фіскальна та грошово-кредитна політика є основними інструментами, рекомендованими кейнсіанськими економістами для управління економікою та боротьби з безробіттям. Інвестиції в великі інфраструктурні проєкти через "грошовий мультиплікатор" можуть зупинити економічний спад, який стався через падіння споживання та «запустити» економіку.

Інвестиційна теорія циклу стала основою для побудови некейнсіанських антициклічних програм, які базувалися на регулюванні з боку держави обсягів та інтенсивності інвестиційних програм, які мали стимулювати зростання. Д. Хансен, розвинувши теорію ДЖ. Кейнса, виокремив наступні методи боротьби з циклічними коливаннями:

- стабілізації обсягу інвестицій;
- компенсація коливань приватних інвестицій стимулюючими до збільшення інвестиційної активності заходами фіскальної та кредитно-грошової політики.

Саме на основі теоретичних праць представників кейнсіанства перед війною в Україні почали здійснювати інфраструктурні проєкти у рамках «великого будівництва», яке мало стати початком економічного зростання та процвітання нашої країни. Але напад РФ зруйнував усі амбітні плани, а шанс побачити чи зможе кейнсіанська політика призвести до зупинки кризи та зміни напрямку економічного циклу в українців з'явиться вже після війни, коли буде необхідне відновлення зруйнованих міст, промислових об'єктів, об'єктів інфраструктури, житла та інших об'єктів, що може стати основою для швидкого розвитку економіки.

Представники неокласичної школи – монетаристи навпаки пов'язували циклічні коливання із зовнішнім фактором – розширенням і згоранням грошової маси. Так М. Фрідмен та А. Шварц на основі аналізу стану грошового обігу в США майже за сто років зробили висновок, що кожному спаду виробництва передують зменшення обсягів грошової маси, а

кожному підйому, навпаки, — збільшення. Тому грошова сфера, пропозиція грошей мають бути основними об'єктами державного контролю для зменшення циклічності економіки.

М. Фрідмен запропонував визначити оптимальну кількість грошей у економіці, оскільки недостатня кількість грошей у обігу призводить до кризи виробництва, а надлишкова грошова маса - до інфляції. Якщо визначити оптимальну кількість грошей, тоді грошова маса не б не впливала на їхню вартість і ціни, тоді не існуватиме загрози інфляції. А подолати інфляцію пропонується за допомогою зменшення державних витрат, що обмежить приріст грошової маси, зміншить інфляцію, а зменшення інфляції позитивно вплине на ділову активність, яка почне поступово поживляватись. Тобто основне завдання держави монетаристи бачать у недопущенні коливань грошової маси, а натомість у підтримці стабільного темпу її приросту.

М. Фрідмен пропонує відмовитися від кейнсіанської політики “підлаштовування під цикл” (тобто стимулюючої під час спаду та обмежувальної під час підйому економіки) та натомість пропонував підтримувати темпи зростання грошової маси на рівні 3—5% за рік незалежно від зміни фаз ділового циклу, що має відповідати темпам нарощування реального ВВП у довготривалій перспективі.

Фінансова стійкість окремих суб'єктів господарювання під час циклічної зміни ділової активності також зазнає змін [1, с.148-149], тому одним із напрямків протидії негативним змінам має бути антициклічне управління на державному, галузевому і корпоративному рівнях [4] та формування відповідної фінансово-інвестиційної стратегії [3].

Сьогодні серед дослідників існують прихильники як кейнсіанської моделі антициклічного управління, так і неокласичної, що вимагає досконалого вивчення постулатів кожної із теорій для подальшого використання кращих надбань під час розробки системи антикризового управління на макроекономічному, мезоекономічному та мікроекономічному рівнях. При цьому підприємствам рекомендується впроваджувати власну політику антикризового управління та корегувати її в залежності від того, яка концепція прийнята на державному рівні.

Список використаної літератури

1. Моголівець А.А., Скрипник А.Л. Методичні підходи до формування механізму державного регулювання будівництва в умовах економічної циклічності. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 5. С. 14-33.
2. Беленкова О.Ю., Измайлова К.В., Моголівець А.А. Сутність економічних циклів та їх вплив на фінансову стійкість будівництва. *Наукові праці НДФІ*. 2019. № 2. С. 138–150.
3. Измайлова К.В. Фінансовий аналіз субекта господарювання. Виш. шк., 1997. 309 с.
4. Теорія та методологія формування інвестиційно-фінансової стратегії розвитку суб'єктів національного господарства [Текст] : [колект.] монографія / [В. С. Білозубенко та ін.] ; [голов. ред. Л. М. Савчук, А. В. Череп]. - Дніпро : Журфонд, 2019. 419 с.
5. Скрипник А.Л., Ткаченко Ю.О. Антициклічне управління будівельними підприємствами України як форма їх захисту від негативних наслідків економічної циклічності. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2010. № 2. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/e-journals/PSPE/2010_2/Tkachenko_210.htm.
6. Сорокіна Л.В., Гойко А. Ф. Дослідження економічних важелів забезпечення розвитку будівельної галузі. *Будівельне виробництво*. 2015. № 58. С. 88-96.
7. Моделі ідентифікації макроекономічних дисбалансів в Україні: кол. моногр. / за ред. д-ра екон. наук Скрипниченко М.І., К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2015. 544 с.

ГЕНЕРАЦІЇ ТА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА РІВНІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Формування державної політики відбувається через систему прийняття управлінських рішень, що пов'язані з інтересами та діяльністю численних суб'єктів соціально-економічного та суспільно-політичного життя. Отже, процес генерації та прийняття управлінських рішень – це процес трансформації вимог різноманітних груп та громадян у прийнятні для суспільства засоби та методи регулювання соціальних відносин.

Сучасна світова практика доводить, що забезпечення належного державного управління неможливе без дотримання принципу публічності органів влади як однієї із засадничих умов демократичної правової держави. Реалізація цього принципу передбачає необхідність встановлення та підтримки тісного зв'язку державного управління із суспільством, громадянами, впровадження і гарантування здійсненності ефективного громадського контролю за діяльністю органів влади, налагодження прозорості функціонування органів виконавчої влади та місцевого самоврядування

Важливим пріоритетом розвитку сучасного державного управління є досягнення стандартів «доброго урядування», одним з яких є публічність влади. Публічність в цьому контексті проявляється через відкритість влади до громадян, до нових ідей, до нового досвіду, до конструктивної критики та пропозицій і т.д. Тому залучення громадян до процесу управління державними справами є одним із найважливіших напрямків з удосконалення та розвитку сучасного публічного управління.

Нація і людина – їх вільне життя у єдності і демократії є найважливішим мірилом діяльності української влади. Докорінна зміна суспільних відносин потребують оновлення системи норм права й розвитку на їх фундаменті принципово нового державного апарату.

Для українського суспільства питання вдосконалення діяльності державного апарату постали особливо гостро, що пояснюється наявністю таких проблем, як: економічний занепад; поглиблення політичної кризи; соціальна криза; нераціональна реалізація конституційного принципу поділу влади; відсутність демократичних традицій парламентської роботи (досвіду законотворчості, реалізації парламентом контрольної функції; процесуально-процедурних механізмів розв'язання конституційно-правових конфліктів).

Виконавча влада здійснюється головним чином через державне управління і ґрунтується на ієрархічних відносинах, підпорядкованості. Виконавча влада, будучи відповідальною перед законодавчою владою, підзвітною і підконтрольною їй, не вичерпується одним тільки "виконанням законів" (виконавською діяльністю). Вона також покликана відпрацьовувати шляхи і способи реалізації законів та інших законодавчих актів, займатися поточним управлінням, видавати з усіх питань своєї компетенції нормативно-правові акти (постанови та ін.), що мають підзаконний характер. Таке підзаконне регулювання суспільних відносин є розпорядчою діяльністю уряду.

У контексті викладеного доречно зауважити, що основною причиною функціональної кризи виконавчої влади є глибока прірва між зреформованою урядовою машиною та реально діючою новою демократичною політичною системою, яка забезпечується вільними виборами, вільною конкуренцією, вільними ЗМІ.

Вертикальна адміністративна машина уряду, яка не була реформована з радянських часів, незважаючи на нескінченні зміни кадрів та структур, просто не може ефективно працювати в умовах свободи та відкритої конкуренції легітимних груп і інтересів. У таких умовах старий урядовий механізм не може ні виробляти ефективні політичні рішення, ні їх реалізовувати. Безперечно, ефективність державного управління в умовах демократії на сьогодні є питанням майбутнього України. Протягом років незалежності усі уряди України

декларують своїми пріоритетами прозорість, відкритість та участь громадськості у врядуванні. Але в країні все ще існує невідповідність між задекларованими підходами та фактичними результатами.

За цих умов все більше вимог постає перед апаратом державного управління, від якості й ефективності роботи якого значною мірою залежить доля країни. Тому підвищення якості та ефективності управління — об'єктивно необхідне завдання, котре вимагає постійної уваги і глибокого вивчення. Йдеться не стільки про структурні зміни, скільки про підвищення функціональної результативності роботи державного апарату. Суть цього завдання зводиться в основному до того, щоб забезпечити максимальну відповідність структури, форм, методів і сили управлінського впливу цілям і вимогам різних сфер суспільного життя, котрі інтенсивно розвиваються і наповнюються новим змістом, а це можливо лише за високої якості й ефективності управлінської діяльності. Кризовий стан українського суспільства є не стільки кризою економіки, скільки результатом неефективної діяльності передусім управлінських структур.

Сутність державного управління як сукупності цілепокладання, організації і регулювання проявляється, закріплюється, фіксується та реалізується в управлінських рішеннях. Існуюча система контролю передбачає лише контроль за законністю витрачання державних коштів та внутрішній контроль виконавської дисципліни. Такий контроль не дає можливості робити висновки щодо ефективності та результативності впровадження державної політики і готувати рішення щодо удосконалення та корегування курсу. Необхідно створити систему превентивного контролю на кожній стадії виконання: формування стратегії, розробка законодавчого забезпечення, прийняття управлінських рішень, їх виконання, використання фінансових ресурсів.

Такий підхід дозволить своєчасно, а не за підсумками року, виявляти відхилення від запланованих заходів, запобігати прийняттю непродуманих рішень та неефективному витрачання бюджетних коштів і завдяки цьому впливати на кінцевий результат. Однак, при всій системності та чіткості зазначеного контролю, існують певні ризики стосовно його ефективності, і в основному через низький рівень аналітичного контролю. Якщо технічний контроль більше піддається формалізації та регламентації, то організація аналітичного контролю є досить складною проблемою і потребує злагодженості і змістовної роботи усіх його суб'єктів, налагодження системи звітності та інформування, наукової обґрунтованості напрацьованих матеріалів, вдосконалення форм і методів контролю, безперервного вдосконалення правового поля тощо. Тому здійснення ефективного, системного контролю можливо тільки при чіткій взаємодії законодавчої і виконавчої гілок влади, що потребує відповідної ідеології, координації, узгоджених дій та своєчасного обміну інформацією між Адміністрацією Президента України, Кабінетом Міністрів України та Верховною Радою України.

Невід'ємною складовою сталого розвитку України є створення та функціонування ефективною системи державного управління, головними завданнями якої є запровадження нової ідеології функціонування виконавчої влади й місцевого самоврядування, забезпечення прав і свобод громадян, надання якісних державних та громадських послуг. Послаблення керованості суспільними процесами, низька якість управлінських послуг, неефективне використання коштів платників податків, низький рівень довіри населення до органів державної влади є тими факторами, які визначають необхідність удосконалення системи публічного управління в Україні взагалі та державного управління зокрема. При цьому доцільно скористатися досвідом реформування державного управління в зарубіжних країнах, що дасть змогу як дослідити кращі світові практики у цій сфері та визначити перспективи їх адаптації до вітчизняних умов, так і уникнути певних негативних наслідків реорганізації системи державного управління в нашій державі.

У сучасних умовах посилення глобалізаційних процесів відбувається структурна трансформація владних систем і механізмів, виявляються недоліки традиційної адміністративно-бюрократичної концепції державного управління. Це змушує уряди держав шукати альтернативні

форми управлінської діяльності, адаптовані до якісно нового стану світоустрою.

Список використаної літератури

1. Деякі питання реформування державного управління України: розпорядження Кабінету міністрів України № 474-р від 24.06.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/474-2016-%D1%80>
2. Кадрова політика і організація державної служби: досвід зарубіжних країн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/18840/menedzhment/kadrova_politika_organizatsiya_derzhavnoyi_sluzhbi_dosvid_zarubizhnih_krayin
3. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#n4291>
4. Концепція правової, соціальної держави [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://politics.ellib.org.ua/pages-2618.html>
5. Бакуменко В. Д. Теоретичні та організаційні засади державного управління : навч. посіб. / В. Д. Бакуменко, П. І. Надолішній. – Київ : Міленіум, 2003. – 256 с.

*Стеценко С.П., д.е.н., проф.,
професор кафедри економіки будівництва
Локтіонова Я.Ф., к.е.н.,
доцент кафедри економіки будівництва
Гаврилюк В.Я., к.е.н.,
доцент кафедри економіки будівництва
Київський національний університет будівництва і архітектури
stetsenko.sp@knuba.edu.ua*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЕРІОДІ

Будівельний сектор економіки протягом майже усього періоду існування незалежної України втрачає власний капітал за рахунок хронічної збитковості [3-6], при цьому будівельні підприємства майже постійно мають негативний фінансовий результат [2, 3], що суттєво зменшує оборотний капітал, негативно відображаючись на можливостях розвитку у стратегічному періоді.

Сьогодні малі, середні і великі будівельні підприємства мають низький ступінь фінансової стійкості, що потребує додаткової уваги до цієї важливої складової фінансового стану, економічної безпеки, антикризового потенціалу, економічного імунітету суб'єктів господарювання.

Фінансова стійкість характеризує здатність підприємства до виживання і стабільного функціонування при впливі негативних чинників на операційну, фінансову, інвестиційну діяльність.

Для визначення ризиків втрати фінансової стійкості будівельних підприємств в літературі використовують наступні фактори:

- показники структури капіталу (коефіцієнт автономії, фінансової залежності, довгострокової фінансової незалежності тощо) [4-6];
- інтегральні моделі, що визначають схильність підприємства до банкрутства, втрати життєздатності та антикризового потенціалу, економічного імунітету та безпеки тощо та складаються із комплексу різноманітних кількісних і якісних чинників [1, 7-9];
- показники, що характеризують рух оборотного капіталу та достатність грошових потоків (власний оборотний капітал (ВОК), оборотність ВОК, тривалість ділового циклу, відношення грошових потоків до активів тощо) [1, 4, 8];

- показники, які характеризують рівень платоспроможності підприємства та ліквідність активів (показники поточної, швидкої і абсолютної платоспроможності, збалансованість кредиторської і дебіторської заборгованостей) [4-6];

- показники, що базуються на оцінюванні збалансованості руху грошових потоків від інвестиційної, операційної, фінансової діяльності підприємства та структури надходжень і витрат [1, 8].

Фінансова стійкість може вимірюватись по різному і відрізнятись у одного і того самого підприємства у різних часових горизонтах – у довгостроковому, стратегічному періоді (5-10 років і більше), у середньостроковому, тактичному періоді (1-5 років) і у короткостроковому оперативному періоді (до 1 року).

Різні чинники мають різну прогностичну здатність для прогнозування рівня фінансової стійкості на різних часових горизонтах, а отже можуть слугувати індикаторами майбутнього розвитку підприємств будівельного сектору – замовників, генеральних і субпідрядників, генеральних проектувальників і проектувальників окремих і спеціальних частин проектної документації, постачальників матеріально-технічних ресурсів, експлуатуючих організацій консалтингових підприємств та інших учасників інвестиційно-будівельного процесу на усіх стадіях життєвого циклу об'єкту.

У стратегічному періоді для фінансової стійкості визначальними є показники структури капіталу, які дозволяють визначити ступінь забезпечення джерел фінансування діяльності власними джерелами. І якщо у період успішної діяльності за рахунок фінансового левериджу забезпечується великий приріст рентабельності власного капіталу, оскільки для фінансування розвитку використовуються переважно позикові кошти, то у кризовий період той самий ефект прискорює скорочення власного капіталу у рази. Тому показникам структури капіталу необхідно надавати важливого значення та проводити їх моніторинг протягом дії економічних циклів різної періодичності і вживаючи превентивних заходів щодо забезпечення фінансової стійкості, зменшення ризиків її втрати, виявлення існуючих можливостей і загроз.

Виявлення чинників зменшення фінансової стійкості будівельних підприємств протягом тривалого часу та розробка заходів щодо її збереження або навіть підвищення дозволить створити фінансову основу переходу підприємств будівельного сектору до сталого розвитку, який планується у час повоєнного відродження української економіки та зможе надати поштовх до відродження і швидкого зростання інших пов'язаних із будівництвом секторів, а отже і усієї економіки нашої країни.

Список використаної літератури

1. Економетричний інструментарій управління фінансовою безпекою підприємств будівництва: монографія; ред. проф. Сорокіної Л. В., Гойка А. Ф. : КНУБА, 2017. 404 с.
2. Izmailova K., Zapiechna Y. Study of unprofitability of ukraine's large construction enterprises by the dupont method. *Three Seas Economic Journal*, 2020. 1(4), 84-89.
3. Bielienskova O. Factor analysis of profitability (losses) construction enterprises. *Economics, Finance and Management review*, 2020. № 1, p. 4-16. doi: 10.36690/2674-5208-2020-1-4
4. Беленкова О.Ю., Антропов Ю.В. Економічна стійкість малих будівельних підприємств України: оцінка, тенденції, перспективи. *Проблеми економіки*. 2013. № 3. С. 51-62.
5. Помазуновська Т.О., Цифра Т.Ю. Оцінка фінансової стійкості підприємств будівельної галузі у період 2012 – 2017 роки. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2019. Вип. 40. С. 174-182.
6. Беленкова О.Ю., Сердюченко Н.Б., Антропов Ю.В. Оцінка фінансової стійкості малих будівельних підприємств України в 2000–2008 рр. *Економіка та держава*. 2011. № 1. С. 56–60.
7. Измайлова К.В., Боліла Н.В. Моделі прогнозування втрати фінансової стійкості як складова системи економічної безпеки підрядних будівельних підприємств. *Шляхи*

підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2018. № 38. С.225-232. 141.

8. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: навч. пос. К.: МАУП, 2009. 148 с.

9. Izmailova K.V., Molodid O. O., Lytvynenko I.V. Discriminant analysis during the benchmarking of financial security of PJSC "Complex enterprise of wide-profile construction-2". *Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti budivnytstva v umovakh rynkovykh vidnosyn*, 2020, № 46, 3–15.

Суліма О.О., студентка
olychkasulima16@gmail.com

Науковий керівник: Чеснік Н.М.
к.е.н., викладач економічних дисциплін

*ВСП «Вінницький фаховий коледж
 Національного університету харчових технологій»
 nata19832@ukr.net*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Кондитерська промисловість в Україні почала свій розвиток ще в кінці XIX століття і на даний момент досягла значних масштабів, завдяки впровадженню сучасних технологій виробництва. Кондитерські вироби є важливим джерелом енергії, мінеральних речовин та вітамінів, але водночас при надмірному споживанні стають шкідливими для нашого організму.

В давні часи греки та єгиптяни були перші, хто дізнався які на смак цукерки. Найперші солодощі виготовляли з меду і фруктів в Стародавній Греції, звідки вони почали поширюватись по всьому світу [3].

Кондитерська промисловість в кінці XV – на початку XVI століття досягла стрімкого розвитку з появою цукру. Поки це не відбулося люди купували солодощі в арабів. Завдяки своїм дослідженням вони прийшли до такого висновку, що під час варіння цукру з нього можна приготувати різноманітні кондитерські вироби.

В Україні на той час були популярні солодощі з меду. Їх компонентами були: борошно(пшеничне чи житнє), мед, різні соки на основі ягід [3].

На початку XIX століття кондитерське виробництво перейшло з ремісничого на промислове, завдяки виготовленню на фабриках цукру з буряків.

Важлива умова розвитку кондитерської галузі це вирішення проблем розвитку бази сировини, а також вирішення інших виробничих проблем, зокрема оновлення основних засобів, вплив кондитерського виробництва на екологію тощо.

Кондитерський ринок України представлений великою кількістю виробників, основні з них – це:

- кондитерська корпорація «Roshen»;
- кондитерська фабрика «АВК»;
- кондитерська компанія «Конті»;
- корпорація «Бісквіт – шоколад»;
- Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські ласощі»;
- ПАТ «Монделіс Україна»;
- компанія «Nestle»;
- ПАТ «Полтава кондитер» та інші.

Проаналізуємо виробництво кондитерських виробів в Україні у 2014–2020 рр., зокрема розпочнемо з виробництва сухарів, сухого печива і виробництва борошняних кондитерських виробів в тортів і тістечок (рис. 1). Загалом слід вказати, що величина вказаного виду кондитерської продукції збільшилась за аналізований період на 4086639,1 тис.грн, що у

відносному вираженні складає +53,73%, при порівнянні 2020 р з попереднім 2019р величина збільшення склала + 473578 тис.грн, що у відносному вираженні складає + 4,22%.



Рис.1 Виробництво сухарів, сухого печива і виробництва борошняних кондитерських виробів в тортів і тістечок

Джерело: згруповано авторами за даними [2]

Щодо виробництва какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів (рис.2), то слід зазначити, що при порівнянні 2020 та 2014рр дана величина збільшилась на 15996569,4 тис.грн., що у відносному вираженні складає + 72,75%, при порівнянні 2020 та 2019рр досліджувана величина зросла на 1646656 тис.грн, що у відносному вираженні складає +4,53%.

Рис.2



Виробництва какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів

Джерело: згруповано авторами за даними [2]

Таким чином, виробництво продукції кондитерської галузі збільшується щорічно, також розширюється асортимент кондитерських виробів, з'являються нові виробники, хоча на цьому ринку існує жорстка конкуренція давно відомих товарних марок.

Для ефективного розвитку підприємств даної галузі необхідно враховувати принципи сталого розвитку, налагоджувати маркетингово-логістичну складову виробничої діяльності, розширювати лінійку впроваджених міжнародних стандартів, впроваджувати у виробництво

інновації, оновлювати основні засоби, впроваджувати новітні ресурсозберігаючі технології, підвищувати конкурентоспроможність підприємств.

Список використаних джерел

1. Аналіз ринку кондитерських борошняних виробів в Україні 2021 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-konditerskih-muchnyh-izdelij-v-ukraine-2021-god>
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Ескурс в історію кондитерської галузі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://spar.ua/blogs/ekskurs-v-istoriyu-konditerskoj-galuzi>

*Шпортко Г.Ю., к.т.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
gshportko@gmail.com*

*Вишневський І.І., магістрант
Український державний університет науки і технологій
ННІ «Інститут промислових та бізнес технологій»
dmpovi@gmail.com*

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах конкуренції, що посилюється, досить актуальною є проблема всебічного дослідження факторів, способів, варіантів, принципів управління розвитком підприємства будь-якої форми власності, організаційно-правової форми господарювання та галузевої належності, як основної ланки економіки. Очевидно, що будь-яке рішення, пов'язане з вибором напрямку розвитку, має прийматися з урахуванням довгострокових і короткострокових цілей, фактичного та потенційного стану зовнішнього та внутрішнього середовища та можливості підприємства своєчасно адаптуватися до постійно змінних вимог зовнішнього оточення.

Розвиток підприємства становить собою безупинний процес, що відбувається за штучно розробленою або природною програмою як зміна станів підприємства, кожен з яких є якісно іншим за попередній, через що у підприємства як у складної системи з'являються нові властивості, якості та характерні риси, розкриваються та можуть бути реалізовані нові можливості [1]. Вони дозволяють підприємству виконувати нові функції, вирішувати принципово інші завдання, що зміцнює його позиціонування в зовнішньому середовищі та підвищує здатність протидіяти його негативним впливам.

Спосіб розвитку підприємства – це організована послідовність дій, наслідком виконання яких є позитивні зміни в діяльності підприємства, що забезпечують цільовий контрольований перехід підприємства з поточного стану до майбутнього, більш досконалого, якісно нового, який характеризується зміцненням потенціалу підприємства, набуттям нових можливостей, здатністю вирішувати принципово нові завдання або застосувати нові способи вирішення наявних завдань.

У науково-практичній літературі зустрічаються різні трактування поняття «розвиток підприємства». Багато фахівців під розвитком підприємства розуміють його зростання. Ці поняття взаємопов'язані, але за змістом вони можуть не збігатися.

Зростання підприємства, що полягає головним чином в збільшенні обсягів виробництва та розширення масштабів його діяльності (кількісне зростання), характеризується двоїстою природою. Це проявляється в тому, що, з одного боку, зростання є метою розвитку підприємства, з іншого боку, є фактором, умовою його розвитку. Залежно від різних ознак зростання може бути: екстенсивним та інтенсивним; внутрішнім та зовнішнім; обмеженим та розширеним; інноваційним та консервативним.

Зростання розмірів підприємства може бути: *горизонтальним*, яке відбувається шляхом збільшення обсягу випуску та продажу одних і тих же товарів на старих і нових ринках; *вертикальним* – це зростання відбувається шляхом організації нових або об'єднання вже існуючих технологічно взаємопов'язаних виробництв та здійснюється з метою наближення до споживача або до постачальника ресурсів; *диверсифікованим* – такий вид зростання передбачає об'єднання різнорідних виробництв, що належать до різних галузей в єдиний конгломерат і, як правило, такий вид зростання забезпечує підприємству міцні конкурентні позиції та зменшує негативний вплив галузевих ризиків.

Зростання є складовою економічного розвитку підприємства. В той же час, розвиток підприємства можливий не тільки за одночасного його зростання, а й за незмінних масштабів його діяльності, тобто відсутність зростання не є перешкодою для розвитку підприємства. У реальній дійсності економічне зростання та розвиток підприємства проявляються не в чистому вигляді, ізольовано, а у взаємному проникненні та доповненні один одного в єдиному процесі простого чи складного відтворення.

Найбільш часто поштовхом до змін на підприємстві є кризові ситуації. Необхідні зміни у стратегії, виробничих процесах, організаційній структурі можуть здійснюватись поступово, у вигляді низки кроків, або ж радикально, у вигляді великих стрибків. Відповідно до цього розрізняють «*революційну*» та «*еволюційну*» моделі розвитку на підприємстві.

«*Революційна*» модель змін була запропонована американськими фахівцями у галузі менеджменту М. Хаммером та Дж. Чампі у 1991 році [2]. Вона набула ще назвуконцепції реінжинірингу бізнесу. Вони розглядають реінжиніринг бізнесу як принципове переосмислення та радикальне перепроєктування підприємства і його найважливіших процесів з метою кардинального поліпшення найважливіших кількісно вимірюваних показників сучасної ефективності: вартості, якості, сервісу та оперативності.

«*Еволюційна*» модель змін (або концепція організаційного розвитку) базується на концепції планування, ініціювання та здійснення процесів зміни соціальної системи, що передбачає залучення великої кількості учасників. Тобто, організаційний розвиток розглядається як довготерміновий, ретельний та всеохоплюючий процес зміни та розвитку підприємства та людей, які в ньому працюють. Серед наукових підходів найбільшого поширення набули концепції розвитку підприємства через зміну його структури, тобто взаємозв'язків між окремими сферами бізнесу, відділами та підрозділами підприємства.

Слід зазначити, що вибір варіанту розвитку тісно пов'язаний із цілями, які стоять перед підприємством. Необхідно відзначити, що головною метою розвитку кожного підприємства є збереження його в довгостроковій перспективі як соціально-економічної системи на основі підвищення конкурентного статусу та рівня стійкості у взаємодії із зовнішнім середовищем.

Основними варіантами розвитку підприємства є:

- внутрішнє зростання за рахунок ефективного використання власних ресурсів;
- злиття, поглинання інших господарюючих суб'єктів з метою збільшення ресурсів та виходу на нові ресурсні ринки та ринки збуту;
- перерозподіл внутрішніх ресурсів, зосередження їх на пріоритетних напрямках діяльності;
- припинення здійснення неефективних напрямків діяльності, не забезпечених ресурсами (може відбуватись шляхом продажу пакету акцій та активів, внутрішньої ліквідації або переорієнтації);
- відокремлення, передача видів діяльності, не забезпечених ресурсами, іншим виконавцям на договірній основі, через продаж або виділення активів.

Відповідно до цього, розвиток підприємства означає якісні зміни та оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці у всіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються [3]. Тому, управління розвитком підприємства є відносно самостійним комплексом цілеспрямованих дій щодо планування, контролю та регулювання стратегічних змін кількісного та якісного характеру.

Список використаної літератури:

1. Розвиток суб'єктів господарювання України: сучасні реалії та перспективи : колективна монографія / за заг. ред. Л.М. Бандоріної, Л.М.Савчук. Дніпро: Пороги, 2017. 488 с.
2. Michael Hammer, James Champy. Reengineering the Corporation : A Manifesto for Business Revolution (Collins Business Essentials). New York : HarperBusiness Essentials. 2003. 257 pages.
3. Наumenko П.І. Розвиток підприємства у ринковому конкурентному середовищі. *Фондовий ринок*. 2010. №40. С.26-28.

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ, УСТАНОВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ

*Мала С.І., к.е.н, доцент,
доцент кафедри фінансів та обліку
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського,
mala.svitlana@tnu.edu.ua*

МОДЕРНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ

У контексті імперативу забезпечення економічного зростання, високих темпів суспільного відтворення та соціальної справедливості в суспільстві особливого значення набуває проведення державою ефективної фінансової політики, зокрема – шляхом формування та реалізації виваженої податкової політики [1, с. 187]. Глобалізація та інтернаціоналізація економічних процесів спонукає податкову політику держави спиратися на досвід передових світових економік та дотримуватися ініціатив ведучих економічних організацій.

Після зниження ставки ЄСВ, внесених змін до Податкового кодексу, створеного механізму автоматичного відшкодування ПДВ в державних, фінансових колах України «забуксувало» питання щодо введення в дію проголосованого в першому читанні закону про податок на виведений капітал. Ідея податку на виведений капітал не нова, цю модель оподаткування з 2000 року застосовують в Естонії, яка в рейтингу Doing Business за легкістю ведення бізнесу займає 12 місце (для порівняння, Україна – 80-е) [2].

Будь-який бізнес існує, насамперед, щоб заробляти гроші для власника. Поки гроші обертаються в бізнесі, вони створюють додану вартість, забезпечують робочі місця, надходження до бюджету від ПДВ і ПДФО, наповнюють Пенсійний фонд. Вилучати частину прибутку на цьому етапі не лише безглуздо, а й навіть шкідливо для економіки. І тому пропонується брати податок уже "на виході" – коли гроші відправляються до власника у вигляді дивідендів або інших благ.

Основна ідея податку на виведений капітал: прибуток, отриманий підприємством, не оподатковується доти, поки він не виплачується власникам у формі дивідендів і прирівняних до них платежів.

Плюси такої моделі оподаткування:

1) створюються **стимули для ділової та інвестиційної активності**, як показав досвід Естонії, до країни відразу збільшився приплив іноземних інвестицій, хоча інвестори-резиденти чомусь не поспішили нарощувати свою активність;

2) у підприємств **немає необхідності занижувати фінансовий результат**, а отже, фінансова звітність підприємств може стати більш прозорою й привабливою для інвесторів і банків;

3) податкові зобов'язання **легко перевіряти**, адже операції, що віднесені до об'єкта оподаткування, складно приховати, податківцям досить буде проконтролювати факт наявності таких операцій.

Ще одна тенденція, що спостерігається в глобальній фінансовій спільноті – це введення глобального мінімального податку на прибуток у розмірі 15%. [3].

В жовтні 2021 р. представники 136 країн світу підтримали заяву про застосування даного податку. Події, що отримала епітети «історична» й «закінчення епохи офшорів», передували напружені дипломатичні зусилля США й Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Причиною такої активності стала зміна позиції США у зв'язку зі приходом до влади Президента Джо Байдена, який кардинально змінив підходи до корупційних процесів у світовій економіці. У Конгресі США наразі створена фракційна група по боротьбі із відмиванням коштів, в групу увійшли 13 конгресменів, напрацьовано 9 законопроектів. Це питання відноситься Президентом до національної безпеки США.

«Брудні» гроші дають змогу корумпувати еліту розвинених країн («трампізація», «шредеризація»), що має вкрай негативний вплив на національну безпеку держави.

Викладемо основні моменти глобального мінімального податку на прибуток. В основу радикального перегляду міжнародних податкових правил покладено так званий двокомпонентний підхід. Компонент один вводить гібридний принцип сплати податків з прибутку корпорацій на основі перерозподілу податкових прав. Його суть полягає в новому трактуванні поняття «бізнес-присутності» компаній, що охоплює їхню діяльність без формального фізичної присутності, а також механізм визначення, яка частина прибутку має обкладатися (при перевищенні певного порогу) податком в юрисдикціях, де фізично знаходяться клієнти (ринки збуту). Компонент два — впровадження глобального мінімального податку на прибуток у розмірі 15%, що буде застосовуватися до компаній з річним доходом понад 750 млн євро (таких у світі близько ста).

Кінцева мета — повністю активувати угоду до 2023 року після того, як країни-підписанти змінять свої національні податкові законодавства і модернізують міжнародні податкові договори, що дасть надії побороти таке негативне явище як «офшори».

Список використаних джерел

1. Крисоватий А., Кошук Т. Діалектика трансформації податкової політики України в контексті європейської інтеграції. Журнал європейської економіки. 2005. №2. С.185-202.
2. Циганок Ю. Податок на виведений капітал vs податок на прибуток: про що сперечаються "у верхах". URL: <https://www.buh24.com.ua> (дата звернення 02.11.2021 р.)
3. Черкашин В. Глобальний податок з прибутку корпорацій. Що він означає для України та світу. URL: <https://forbes.ua/news/globalnyy-nalog-s-pribyli-korporatsiy-hto-on-oznachaet-dlya-ukrainy-i-mira-12102021-2585>(дата звернення 02.11.2021 р.)
4. Швабій К.І. Вплив глобалізації на систему оподаткування та податкову політику України . URL : http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/1236/1/1305_IR.pdf(дата звернення 15.02.2022р.)
5. Гречко А.В. Вплив процесу глобалізації на систему оподаткування як складову інституційного середовища URL : <https://economy.kpi.ua/uk/node/634>(дата звернення 15.02.2022р.)

*Адресва О. А., магістрант,
Жмуренко В.Г., аспірант,
науковий керівник – д.е.н., проф. Завгородня О.О.,
Український державний університет науки і технологій
olgaanimegirl@gmail.com*

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ТА КОНСУЛЬТАЦІЙНИЙ АУТСОРСИНГ У ПРОЦЕСІ УКЛАДАННЯ КОНТРАКТІВ ЗОВНІШНЬТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Будь який вид економічної діяльності припускає виникнення ризиків, які призводять до небажаних наслідків, витрат та збитків [1]. Обмеженість ресурсів, достатньо високий ступінь економічної свободи та непередбачуваність економічної поведінки, загострення конкуренції, стохастичні зміни зовнішнього середовища призводять до зростання невизначеності умов господарювання та підвищення рівня ризикованості управлінських рішень [2, ч.ІІ, С.74]. За сучасних умов найбільш істотного посилення впливу ризик-факторів зазнає зовнішньо-економічна діяльність (ЗЕД) підприємств.

Ризики зовнішньоекономічної діяльності, пов'язані з договірним процесом, розглядаються як невизначеність можливих коливань результатів біля їх очікуваних значень, які можуть відбутися в результаті невиконання (або виконання не в повному обсязі) сторонами умов контракту. Їх можна розділити на ризики, які є зовнішніми по відношенню до договору і ризики, що безпосередньо пов'язані з умовами контракту.

До зовнішніх ризиків по відношенню до договору ЗЕД відносяться: політичні, макроекономічні, юридичні, ризик контрагента, комерційні, маркетингові, форс-мажорні.

Ризики політичної діяльності країни можуть виникнути при введенні військового стану, здійсненні перевороту, громадських повстаннях, зміні курсу уряду країни тощо. Такий вид ризику виражається у експропріації або націоналізації майна державою.

Макроекономічними ризиками є: фіскально-монетарні ризики; ризик обмеження на імпорт чи експорт; ризик неспроможності за обставин переказати капітал; ризик дефолту; ризик неотримання прибутку; введення заборони на вивезення або ввезення товару; конфіскація за умов недотримання до загальних норм якості тощо. Політичні та макроекономічні ризики в науковій літературі мають назву «ризики країни» [3].

Юридичні ризики ґрунтуються на відмінностях законодавства між країнами і можуть виникати через необізнаність світових законів торгівлі, міжнародних правових норм і правил.

Від особливостей ведення бізнесу та його фінансового стану виникає ризик контрагента. У свою чергу, це обумовлює виникнення окремих видів ризиків таких як: ризик невиконання партнером зобов'язань; ризик неплатоспроможності партнера; ризик шахрайства; ризик затримки поставки з вини партнера; ризик зниження фінансової стійкості партнера; ризик затримки платежів покупцем; ризик неприйняття товару для товарів, виготовлених за замовленням, довільного розірвання зовнішньоекономічного договору (контракту) контрагентом без права на таку дію, тощо [4].

До комерційних ризиків відносять ризик упущеної вигоди, зниження вартості або знецінення товару згідно з умовами транспортування або зберігання, пошкодження товару, підвищення витрат, які включаються у вартість товару.

Маркетингові ризики можуть виникати при дослідженні ринкового середовища та просуванням і реалізацією товару у ЗЕД підприємства. До цієї групи ризиків належать інформаційні, інноваційні, науково-технічні, кон'юнктурні, соціальні, психологічні, етнокультурні, моральні, соціально-демографічні, природно-кліматичні та інші види ризиків [4].

Такі ризики як визначення предмета контракту, умови кількості та якості, особливості пакування та маркування, формування ціни, особливості постачання, валютно-фінансові умови, умови приймання та передачі товару (робіт); визначення обставин, які повинні братися до уваги контрагентами як форс-мажорні; санкції та рекамації; ризик арбітражу відносять безпосередньо до внутрішніх ризиків, обумовлених умовами контракту.

Управління ризиком трактують як процес прийняття і виконання управлінських рішень, які спрямовані на мінімізацію можливих втрат та ймовірностей виникнення несприятливого результату за умови настання ризикових подій.

Політика підприємства щодо виникнення можливих ризиків залежно від вихідних обставин може бути спрямована на: виключення ризиків, тобто відмова від здійснення окремих дій, пов'язаних з можливістю появи ризиків в ЗЕД; прийняття ризиків; зменшення ризиків (зниження рівня витрат від ризиків); передачу ризиків партнеру або третій особі. Так, наприклад, одним з методів зниження ризику на ринку контрагента є перевірка потенційного партнера заздалегідь. Тільки після перевірки та аналізу отриманої інформації робляться певні висновки щодо надійності, платоспроможності та доцільності укладення зовнішньоекономічної угоди з контрагентом. Вищезазначене виконується з урахуванням мінімізації можливих ризиків при використанні всіх можливих застережень.

У таблиці 1 представлені види ризику та рекомендації щодо їх оптимізації, згруповані за розділами зовнішньоекономічного контракту.

Таблиця 1. Рекомендації щодо оптимізації ризиків зовнішньоекономічного контракту [2]

Розділ контракту	Вид ризику	Рекомендації щодо оптимізації певного ризику
Характер угоди	Ризик хибного визначення характеру угоди	Необхідно обирати тільки законодавчо закріплений вид угоди (купівлі-продажу, бартерні)

Розділ контракту	Вид ризику	Рекомендації щодо оптимізації певного ризику
		(товарообмінні), переробки давальницької сировини, оренди (міжнародного лізингу))
Контрагент за контрактом	Ризик малознайомого контрагента угоди	Доцільно зробити запити в країну, де зареєстрований майбутній партнер (іноземні торгово-промислові палати, торгові представництва, представництва спілок підприємств тощо).
Кількість і якість товару	Ризик зазначення в контракті неправильної кількості товару, ризик отримання товару невідповідної якості	У контракті необхідно вказати вагу в кілограмах і традиційних для даного товару одиницях виміру (штуки, пара, комплект, набір). Визначити для товару два-три пріоритетні фактори якості, про які доцільно попередньо домовитися з майбутнім партнером і вказати в особливих умовах виконання контракту.
Упаковка товару	Ризик пошкодження товару, ризик порушення (не зазначення) вимог до упаковки товару	В контракті необхідно окремо вказати вартість товару і вартість упаковки. Необхідно відзначити можливі варіанти розпорядження тарою. Доцільно пред'явити і узгодити в контракті особливі вимоги до упаковки товару.
Маркування товару	Наявність або відсутність необхідного маркування	Необхідно детально вивчити вимоги маркування товару в країні імпорту. На упаковці певних видів товарів законодавство країн імпорту зобов'язує мати певні написи і позначки, як, наприклад, «Назва товару», «Юридичні дані виробника», «Дата виготовлення», «Дата зберігання», «Склад», «Умови утилізації» та ін.
Ціна та загальна сума контракту	Ризики заниження або завищення ціни одиниці товару в контракті; ризики пов'язані з купівельною спроможністю грошей	Бажано вказати вид ціни одиниці товару і механізм її розрахунку. Також потрібно вказати в контракті кількість товару і ціну одиниці товару в традиційних одиницях виміру. Фіксація в умовах контракту можливість перегляду цінової політики в залежності від коливань основних світових валют.
Умови здійснення платежу	Ризик неплатежу	Вказати терміни і умови проведення платежів. При постачанні товару кількома партіями необхідно дотримуватися єдиної валюти оплати, оскільки державна система валютного контролю, до якої входять митні, податкові органи та банківські установи, керуються у своїй діяльності положеннями, один контракт повинен мати одну валюту платежів.
Форми розрахунків за товар	Ризик втрати авансового платежу, ризик несплати товару	Доцільно використовувати менш ризиковані форми міжнародних розрахунків, фіксувати в контракті додаткові умови гарантії розрахунків.
Умови поставки	Ризик неврегулювання моменту переходу відповідальності за	Недостатньо вказати просте посилення на певний термін Інкотермс. Доцільнішим є більш детально визначити всі концептуальні положення умов поставки за контрактом і визначити сторону відповідальну за їх вчинення

Розділ контракту	Вид ризику	Рекомендації щодо оптимізації певного ризику
	товар від продавця до покупця	
Форс-мажорні обставини	Ринковий ризик, недостатність переліку обставин, які повинні братися до уваги контрагентами як форс-мажорних	Потрібно зафіксувати в контракті обов'язкове надання відповідного акту торгово-промислової палати, який буде незалежним підтвердженням виникнення непередбачених обставин. Доцільно відобразити в контракті способи і методи можливого врегулювання проблем
Арбітраж	Майновий ризик	Необхідно відзначити можливість звернення до арбітражного суду кожної зі сторін угоди. Доцільно обирати місце арбітражного суду в тій країні право якої панує над контрактом.
Санкції та рекламації	Ризик невиконання обов'язків однієї зі сторін, ризик пред'яви претензій (рекламацій) за кількістю і якістю товару	Визначення точний перелік умов, невиконання яких може призвести до застосування санкцій. Встановлення граничного терміну пред'яви рекламацій.

Для оптимізації ризиків, які безпосередньо пов'язані з умовами контракту, підприємство повинно використовувати всі можливі внутрішні методи, такі як: перевірка партнерів; грамотне складання контракту угоди; планування і прогнозування діяльності фірми; ретельна кадрова політика. У випадку, коли мале чи середнє підприємство тільки започатковує зовнішньоторговельну діяльність, доцільне звернення до професійних консультантів та експертів в цій сфері, що дозволить уникнути фатальних помилок на етапі розробки стратегії розвитку ЗЕД і первинних капіталовкладень.

Відповідні послуги з підтримки бізнесу, зокрема, надаються центральною та регіональними торгово-промисловими палатами України, метою діяльності яких є “розвинений і конкурентоспроможний на світових ринках український бізнес” [5]. Палати здійснюють практичну допомогу підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, сприяють розвитку експорту українських товарів та послуг, консультують з питань зовнішньої торгівлі, оцінки ринків та маркетингових ризиків, проводять незалежну експертизу товарів, видають сертифікати про походження товарів, сприяють в організації ділових переговорів з економічних питань, засвідчують обставини форс-мажору тощо.

Узагальнюючи вищевикладене, зазначимо, що при грамотному фаховому застосуванні інструментарію ризик-менеджменту у зовнішньоекономічній діяльності та спеціалізованого консультативного аутсорсингу з'являється можливість визначити оптимальний рівень ризиків, який сприятиме розвитку підприємств і зростання прибутку, зокрема ризик-премії, від комерційних експортно-імпортних операцій.

Список використаної літератури

1. Вітлінський В.В. Ризикологія у зовнішньоекономічній діяльності / В.В. Вітлінський, Л.Л. Маханець. К.: КНЕУ, 2008. С. 218-221.
2. Білоцерківець В.В., Завгородня О.О., Алсуф'єва О.О. Інноваційний розвиток підприємства: Конспект лекцій в 2-х част. Дніпро: НМетАУ, 2019. 180 с.
3. Контракт як джерело ризиків зовнішньоекономічної діяльності // «Вісник податкової служби України», № 42, листопад 2002 р.

4. Козик В.В. , Панкова Л.А. , Григор'єв О.Ю. та ін. Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006», 2015. 512 с.

5. Торгово-промислова палата України. URL: <https://uccci.org.ua/about>

*Андрєєв В.Є., здобувач вищої освіти
кафедра економіки та менеджменту
к.е.н., доцент Юхнов Б.Ю.*

*Українська інженерно-педагогічна академія
boris_yukhnov@ukr.net*

ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ У КОМПАНІЯХ З РОБОЧОЮ АКЦІОНЕРНОЮ ВЛАСНІСТЮ

На ефективну роботу компаній впливає, окрім макроекономічних, й велика кількість мікроекономічних факторів, серед яких значну роль грають мотиваційні. До того ж мотивація на виробництві в сучасному світі не повинна обмежуватися зростанням заробітної плати та премій або використанням нематеріальних стимулів. Необхідне активне залучення всього персоналу до процесів демократизації власності та управління, що втілюється вже понад півстоліття в багатьох розвинутих країнах світу в компаніях з робочою акціонерною власністю.

Аналіз проблем функціонування компаній з робочою акціонерною власністю призводить до необхідності дослідження системи інтересів, що виникають у робітників, які є ще й співвласниками засобів виробництва. Тут з'являються різні суперечності, розв'язання яких – це основа існування і подальшого розвитку таких компаній. Одна з таких суперечностей стосується оптимального пов'язання коротко- та довгострокових інтересів робітників-співвласників, а також проблеми мотивації вищих управлінців.

Загальновідомо, що у компаніях будь-якої форми власності пріоритетними є довгострокові інтереси. Загроза втрати власності та місця роботи у випадку нераціонального розподілу доходу, конкуренція з боку інших товаровиробників викликає і у робітників-співвласників компаній з робочою акціонерною власністю потребу у довгострокових інтересах, зацікавленість у перспективному розвитку. Але така потреба не виникає автоматично. Вона створюється в процесі господарчої діяльності завдяки як придбаному власному, так і накопиченому іншими компаніями досвіду.

Цей досвід свідчить про те, що слабка орієнтація в економічних питаннях більшості робітників-співвласників потребує кваліфікованого підходу до вибору складу правління та головних управлінців. Але що ж дозволить їм піклуватися про ефективність господарчої діяльності компанії, не забуваючи про свої особисті інтереси?

На наш погляд, в процесі формування короткострокових та довгострокових інтересів вищих управлінців головне значення має встановлення для них значно більшого, чим у інших робітників, розміру оплати праці, яка теж буде залежати від результатів господарювання компанії з робочою акціонерною власністю. Перевищення оплати праці таких менеджерів над середньою у компанії може сягати декількох разів або складати 1 – 10% від загального фонду оплати праці (в залежності від масштабів підприємства, обсягів виробництва, чисельності персоналу тощо).

Іншим моментом в процесі формування у топ-менеджерів довгострокових інтересів є необхідність наділення їх власністю (акціями) в розмірі, який також перевищує середній у компанії. Таким чином поєднуються власність і функція управління, що сприяє формуванню довгострокових інтересів управлінців. Концентрація у них більшої у порівнянні з іншими робітниками кількості акцій власної компанії значно посилює цей інтерес.

Існує і протилежна точка зору. Деякі економісти, визнаючи та підтримуючи процес формування компаній з робочою акціонерною власністю, вважають, що на них складаються умови перерозподілу власності на користь членів правління, і це має негативний соціально-

економічний відтінок. Але треба відверто визнати, що не тільки розбіжності в кількості та якості витраченої праці, але й ступінь відповідальності за успішну діяльність всієї компанії є основою диференціації в оплаті праці та інших доходах різних категорій робітників. А відповідальність топ-менеджменту за результати роботи колективу значно вища, ніж у будь-якого іншого робітника. Тому й його доходи також повинні бути вищими.

Світовий досвід ефективного функціонування багатьох компаній з робочою акціонерною власністю, перш за все в США, а також в Іспанії, Швеції, Фінляндії та інших країнах, робить можливим та необхідним його використання й в Україні, де успішний розвиток приватних компаній в певній мірі буде залежати від впровадження сучасних прогресивних форм мотивації персоналу.

Список використаної літератури

1. Сірко А.В. Корпоративні відносини в перехідній економіці: проблеми теорії і практики. Монографія / А.В.Сірко. Київ: Імекс, 2004. 414с.
2. Юхнов Б.Ю., Корсаков Д.О. Аналіз та шляхи розв'язання суперечностей мотивації персоналу компаній з робочою акціонерною власністю /Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка, 8(16). 2020 – Режим доступу до ресурсу:
[https://doi.org/10.33296/2707-0654-8\(16\)-11](https://doi.org/10.33296/2707-0654-8(16)-11)
3. О. Mnykh , О. Dikan , В. Yukhnov, L. Kvasova, M. Shkvaryluk. The role of personnel motivation in the risk management system of energy companies with employee stock ownership /8th International Scientific Conference on Sustainability in Energy and Environmental Science, 21-22 October 2020, Ivano-Frankivsk, Ukraine – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57221963812&eid=2-s2.0-85100766395>

Баскаков С.В.
здобувач вищої освіти
Карлова О.А., д. е. н., проф.,
професор кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків
eakarlova@gmail.com

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Формування стратегії підприємства вимагає різних підходів і точок зору, що враховують економіко-фінансові, виробничі, маркетингові, інформаційні, соціальні, політичні передумови, які дозволяють визначити нішу, зайняту підприємством на ринку. Основними факторами, які необхідно розглядати при формуванні блоку стратегічного управління комунальним підприємством, є: продуктовий портфель (портфель нерухомості); коопераційна структура; організаційна структура, корпоративна культура; процес формування, прийняття та реалізації управлінських рішень; історія розвитку компанії, її специфіка та конкуренти.

Розвиток інтеграційних процесів та активізація інвестиційної діяльності у своїй єдності володіють однією з найбільш виражених точок потенційного зростання для соціально-економічного розвитку регіонів. Від рівня і характеру включення в інтеграційні процеси різних підсистем регіонів значною мірою залежать масштаби і темпи економічного зростання, підвищення добробуту населення, залучення в інвестиційно-інноваційний простір, формування прогресивної структури регіональної економіки, зростання зайнятості населення, вектор трансформації системи цінностей, трудових і соціальних правил поведінки.

У сучасних умовах рецесивного розвитку України пошук можливостей регіонального розвитку виявляється через прояв позитивного взаємовпливу інтеграційного розвитку та інвестиційної активності. Інтенсифікація інтеграційної взаємодії, поглиблення міжрегіональних зв'язків повинна бути пріоритетною у формуванні державної регіональної

політики щодо раціонального та ефективного використання потенціалу та конкурентних переваг регіону.

Ключовим аспектом здобуття позитивного впливу таких процесів на регіональний соціально-економічний розвиток є активізація інвестиційної діяльності, що проявляється як на внутрішньому регіональному, так і на міжрегіональному рівні й потребує відповідних управлінських впливів від владних державних та регіональних структур. Наразі пошук інвестиційних джерел, зважаючи на обмеженість внутрішніх можливостей є вкрай складною задачею, що постає як перед науковим, так і бізнес-середовищем особливо враховуючи неефективні трансформації в державі, регіонах та найбільш пріоритетних галузях національної економіки.

Зарубіжний позитивний, досвід свідчить, що досягнення, які призводять до інтенсифікації соціально-економічного розвитку регіону зводяться до таких найбільш помітних заходів, на яких варто фокусувати увагу: розвиток інвестиційної діяльності на основі оптимального поєднання ключових інструментів реалізації регіональної стратегії і цільових програм регіонального розвитку; забезпечення інституційного просторового середовища для розвитку інтеграційних процесів організацій, бізнес-структур, розвитку інституту державно-приватного партнерства і концентрацію його ресурсів на точках економічного зростання регіону; формування заходів комплексного стимулювання інвестиційної діяльності, у тому числі кадрових, фінансових, інфраструктурних, інформаційних та маркетингових; зосередження уваги більшою мірою не на покращенні й удосконаленні існуючих конкурентних переваг, а на створенні нових; розширення меж просторової організації процесів інвестування за допомогою ініціювання та спільної реалізації міжрегіональних інвестиційних проєктів; забезпечення єдності дій місцевих органів влади та менеджменту комерційних організацій у розвитку інвестиційної діяльності, збалансування інтересів держави, регіонів, інвесторів на основі синхронізації змін внутрішнього і зовнішнього середовища інвестиційної діяльності; застосування режиму діалогу в комунікаціях щодо активізації інвестиційної діяльності та розвитку інтеграційних процесів.

Реальність формування ефективних інтеграційних процесів забезпечується в результаті початкового існування об'єктивного середовища (умов) такого формування та факторів, які відображають реальне бажання та можливість майбутніх учасників співпрацювати задля отримання позитивних результатів.

Комплексне використання потенціалу повинно прискорити, на нашу думку, досягнення встановлених цілей управління комунальним господарством. Таким чином, постає об'єктивна необхідність у розробці складових механізму ефективного управління комунальним господарством міст.

Залишаються не достатньо вивченими питання формування комплексного підходу до створення механізмів управління комунальним господарством міста, як організаційною системою.

Пріоритетними завданнями органів управління, суб'єктів господарювання галузі є наступні:

- делегування управлінських функцій комунальним господарством на рівень міста;
- впровадження нового механізму оплати за послуги галузі;
- розробка та впровадження інноваційного механізму оплати послуг малозабезпеченим верствам населення;
- створення механізмів мотивації власників до ефективної експлуатації житла;
- усунення місцевих природних монополій;
- побудова відносин в сфері виробництва та споживання послуг виключно на договірних засадах;
- розробка стандартів вартості послуг підприємств комунальної сфери.

В основу зміни системи управління фінансовими потоками від споживачів до підприємств комунального господарства та бюджетних асигнувань покладено принцип роботи підприємств в умовах самофінансування (без прямих дотацій з бюджету).

За класичною схемою вирішення задачі формування фінансової системи, що відповідає рівню розвитку міського комунального комплексу, її функціональна декомпозиція зводиться до якісних змін структури та елементів фінансового потенціалу розширеного відтворення комплексу, що забезпечить його зростання. На авторський погляд, основними напрямками державного сприяння модернізації галузі, що базуються на використанні сучасного методичного інструментарію та технологій.

Важливим кроком на шляху реалізації стратегії розвитку управління комунальним господарством міста має стати формування взаємопов'язаного пакету документів, що відображає різні етапи опрацювання стратегії розвитку, а також відповідної багаторівневої системи показників результативності управління, що задовольняє вимогу системності реалізації цілей за рівнями виконання.

У зв'язку з тим, що розвиток комунальної інфраструктури є одним з найважливіших чинників розвитку інших секторів міського господарства, розробка стратегій підвищення ефективності управління комунальним господарством набуває особливої актуальності.

Список використаної літератури

1. Закон «Про стимулювання розвитку регіонів»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Карлова *О.А.* Соціально-економічні складові функціонування міського комплексу (теорія і практика): [монографія] / О.А.Карлова. – Харків: Видавництво „Мадрид”, 2011. – 452 с.
3. Проблеми синергізму та диверсифікації в процесі формування оптимальних економічних структур житлово-комунального господарства України / За ред. Є.М. Кайлюка. – Харків: Вид-во «Форт», 2010. – 376 с.
4. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави (національна доповідь) / Хвесик М.А., Бандур С.І., Корецький М.Х. та ін.; за заг. ред. В.М. Гейця та ін. [наук. монографія] – // РВПС України НАН України. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.

*Божанова О.В., к.е.н., доцент
в.о.декана факультета економіки і менеджмента
Клименко К.А., магістр
Український державний університет науки і технологій
bozhanovaelena68@gmail.com*

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

На сьогодні найгострішою проблемою банківських установ України є різке зниження попиту на кредити з боку бізнесу і населення. Оскільки сьогоднішнім внесеним своїм корективам в ефективність діяльності всіх вітчизняних суб'єктів господарювання банківські установи, не є винятком і також несуть певні втрати.

Зазвичай банківські установи найбільшу частину доходів отримують від здійснення кредитних операцій, тому забезпечення повернення наданих позичок та підвищення дохідності кредитного портфеля, банки мають впроваджувати ефективну та гнучку систему управління кредитним портфелем. Досягнути ж цього можна завдяки вивченню теоретичних і практичних питань щодо підходів та процесу формування і управління кредитним портфелем банківської установи.

Якісний кредитний портфель впливає на ліквідність банку та його надійність. Основними цілями формування кредитного портфеля є:

- високий рівень доходу в поточному періоді;
- високий темп очікуваного доходу в майбутній перспективі;
- мінімізація рівня ризиків кредитного портфеля;

- дотримання необхідної ліквідності кредитного портфеля [1].

Обсяг і структура кредитного портфелю банку визначаються такими чинниками:

- розмір банку (капіталу);
- правила регулювання банківської діяльності;
- офіційна кредитна політика банку;
- досвід і кваліфікація менеджерів;
- рівень дохідності різних напрямів розміщення коштів [2].

Якість кредитного портфелю тісно пов'язана з функціями кредитного портфеля.

Кредитний портфель виконує наступні функції:

- розподільну і перерозподільну функції;
- функцію заміщення дійсних грошей кредитними операціями;
- функцію об'єднання кредитів;
- функцію мінімізації кредитного ризику;
- функцію розширення і диверсифікації дохідної бази банку та підвищення його фінансової стійкості [3].

Задля ефективного формування кредитного портфеля необхідно чітко усвідомлювати його класифікацію. На рисунку 1 наведено основні критерії класифікації кредитного портфеля банківської установи.

Основними завданнями управління кредитним портфелем є його формування. На сьогодні банківська установа функціонує на засадах прибутковості, ризику і ліквідності. Проблема розвитку і вдосконалення механізму управління кредитним портфелем з метою мінімізації його ризиків і максимізації прибутку від кредитної діяльності банку набули особливої актуальності і значущості [3].

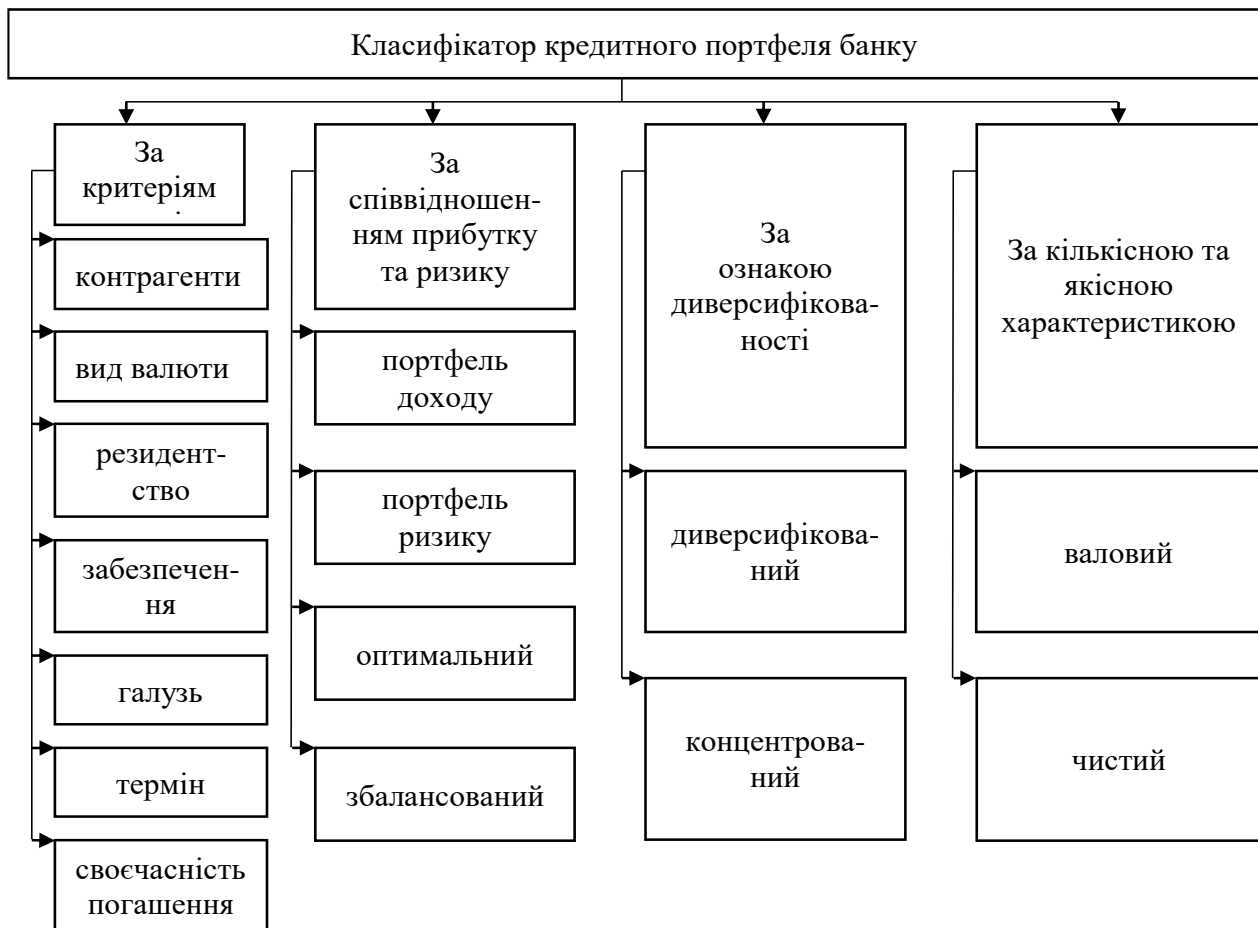


Рисунок 1 - Основні критерії класифікації кредитного портфеля банківської установи

Весь процес формування кредитного портфеля можна умовно розподілити на три блоки [4]:

- перший блок передбачає формування системи лімітів кредитування відповідно до цілей і стратегії кредитної політики банку;
- другий блок процесу формування кредитного портфеля банку передбачає відбір конкретних об'єктів кредитування для включення в кредитний портфель;
- третій блок – аналіз стану кредитного портфеля й управління відхиленнями, що пов'язано з оперативним управлінням кредитним портфелем, а саме з поточним моніторингом стану кредитного портфеля.

Управління кредитним портфелем здійснюється поетапно та передбачає послідовність таких заходів:

- 1) формулювання критеріїв оцінки якості кредиту;
- 2) визначення основних класифікаційних груп кредитів за коефіцієнтами ризику;
- 3) оцінка кожної позики та віднесення їх до однієї із зазначених груп;
- 4) з'ясування фактичної структури кредитного портфеля;
- 5) оцінка якості портфеля в цілому та сукупного ризику;
- 6) виявлення та аналіз факторів, що змінюють структуру (якість портфеля);
- 7) визначення величини резервів на можливі втрати за кредитами та їх загальної суми залежно від ступеня сукупного ризику кредитного портфеля;
- 8) коригування кредитної політики відповідно до проведеного аналізу на попередніх етапах і розробка заходів з підвищення якості кредитного портфеля [3].

Отже, процес організації управління кредитним портфелем банківської установи є безперервним, постійно повторюваним і корегованим в залежності від зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на його якість.

Список використаної літератури

1. Реверчук С. К. Банківська система: підручник/ Реверчук С. К. – Львів: Магнолія, 2013. – 400 с.
2. Крупка М. І. Банківські операції: підручник / Крупка М. І., Андрущак Є. М., Пайтра Н. Г. – Львів:ЛНУ ім. Івана Франка, 2011. – 312 с
3. Кредит в умовах модернізації діяльності банків: монографія / В.В. Соляр. – Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2019. – 233 с.
4. Дьяконов А.М. Оптимизация риска кредитного портфеля банка / А. М. Дьяконов // Наука и экономика. - 2010. - № 2. - С. 36 - 48.

*Божанова О.В., к.е.н., доцент
в.о.декана факультета економіки і менеджмента
Горун Д. С., магістр
Український державний університет науки і технологій
bozhanovaelelena68@gmail.com*

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

В сучасних економічних умовах інвестиційна діяльність має велике значення для функціонування підприємства, оскільки впливає на його фінансовий стан. Ефективне управління інвестиційною діяльністю забезпечує економічних суб'єктів додатковими джерелами грошових коштів. На сьогодні питання щодо методів та напрямів інвестування є критичними для управлінців адже такі рішення визначають напрям подальшого економічного розвитку підприємства. Ефективне управління інвестиційною діяльністю в певному ступені дає змогу вповільнити вплив негативних чинників, що впливають на діяльність підприємства, запобігти кризовим станам. Сучасне вітчизняне промислове підприємство більше приділяє

уваги реальним інвестиціям. Отже, управління реальними інвестиціями на підприємстві є актуальною та своєчасною в сучасних економічних умовах.

Аналіз літературних джерел показав, що визначення поняття «інвестиційна діяльність» має різне тлумачення. В таблиці 1 наведено визначення поняття «інвестиційна діяльність» різних авторів.

Таблиця 1 – Визначення поняття «інвестиційна діяльність»

Автор	Визначення
ЗУ «Про інвестиційну діяльність» [1]	Сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій.
Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2] Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів» [3]	Придбання та реалізація тих необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів.
Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 (МСБО 7) «Звіт про рух грошових коштів» [4]	Придбання і продаж довгострокових активів, а також інших інвестицій, які не є еквівалентами грошових коштів.
Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [5]	Господарські операції, які передбачають придбання основних засобів, нематеріальних активів, корпоративних прав та/або цінних паперів в обмін на кошти або майно.
А. Пересада [6] А. Ідрисова [7]	Вкладення капіталу в об'єкти підприємницької діяльності з метою забезпечення його зростання в майбутньому
Дж. Розенберг [8]	Використання грошей з метою отримання більших грошей, отримання доходу або досягнення приросту капіталу, або і для того, і для іншого
М. Войнаренко, Л. Бушовська [9]	Як сукупність дій і заходів з розміщення коштів (інвестицій) з метою отримання зростаючої величини прибутку і досягнення позитивного фінансового результату підприємства.
П. Доуртмес [10]	Як процес вкладання ресурсів, що забезпечують безперервність життєдіяльності підприємства
Б. Нкайя, М. Ларка [11]	Як умова забезпечення зростання ефективності підприємницької діяльності і фінансової стійкості підприємства.

Аналіз наведених в таблиці 1 визначень поняття «інвестиційна діяльність» дає змогу навести власне визначення. Так на думку авторів «інвестиційна діяльність» полягає у вкладні грошових коштів зараз, задля отримання прибутку в майбутньому з метою забезпечення соціально - економічного розвитку промислового підприємства.

Оцінка ефективності інвестування коштів потребує виконання певних фінансово-економічних розрахунків. Велику увагу необхідно приділяти теорії зміни грошей у часі.

Методи оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю наведені у таблиці 2.

Таблиця 2 - Методи оцінки ефективності управління інвестиційною діяльністю

Автор	Метод	Переваги	Недоліки
Кравчук Н. [13]	Коефіцієнтний метод	Простота та швидкість проведення. відображає різні аспекти діяльності, враховує фактори зовнішнього і внутрішнього середовища.	Відсутність нормативних значень деяких коефіцієнтів, значення коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретованими.
Косянчук Т. [14] Горячева К. [15]	Інтегральний метод	Легкість у розрахунку та розумінні, дозволяє отримати однозначні оцінки конкурентних позицій.	Не враховує особливості галузі та не дає можливість повноцінно оцінити стан підприємства із значною номенклатурою товарів.
Марченко О. [16] Магас Н. [17]	Метод аналогій	Дозволяє оцінити ступінь ризику, причини негативних наслідків та уникнути їх повторення в майбутньому.	Існує вірогідність помилкового використання даних минулих років, що пов'язано із зміною кожним продуктом стадій свого розвитку.
Портнова Г. [12]	Нормативний метод	Є досить простим у розрахунку та оперативним.	Різноманітність нормативів та наявність багатьох шкал рейтингових оцінок не дозволяє врахувати всі можливі деталі конкретної ситуації.
Іващенко О. [18] Магас Н. [17]	Метод доцільності витрат	Забезпечення покриття витрат та планового рівня рентабельності	Неможливість забезпечити потрібний обсяг виробництва в пік сезону або потреби випуску незапланованого рівня продукції.
Гросул В., Антонова В. [19]	Агрегатний метод	Дає можливість побудови балансових моделей відповідно до величин запасів.	Досить вузький підхід, оскільки оцінка фінансової безпеки підприємства повинна здійснюватися на основі багаторівневої інтеграції показників.
Васильців Т. [20]	Метод експертної оцінки	Системність і можливість дослідити питання з різних сторін.	Складність ухвалення рішення в умовах задачі з багатьма невідомими а також людський фактор.
Кравчук Н., Колісник О. [13]	SWOT-аналіз	Можливість дослідження найменших проблем і можливостей та легкість проведення.	Проблематичність реалізації всіх можливостей та складність врахування всіх загроз.
Васильців Т. [20]	Метод побудови сценаріїв	Дозволяє розглянути усі альтернативні варіанти розвитку подій, до яких може прийти ситуація під впливом тих чи інших факторів.	Значний вплив середовища, що схильне до мінливості, яку не завжди можна передбачити.

Автор	Метод	Переваги	Недоліки
Довбня С., Гічова Н. [22]	Метод стратегічних груп	Метод є відносно універсальним і простим.	У разі зміни підприємством стратегії чи впровадженні значних змін у діяльності підприємства потрібно створювати нові стратегічні групи, для дослідження нових загроз та можливостей притаманних цій групі.

Досліджені методи поодиночі не дають можливість повноцінно оцінити рівень фінансової ефективності підприємства, тому необхідним є застосування комплексних методів оцінки. Найкраще поєднувати коефіцієнтний й інтегральний метод, метод стратегічних груп та SWOT-аналіз, оскільки вони дозволяють виявити, як внутрішні, так і зовнішні фактори впливу на фінансову ефективність підприємства, включаючи як кількісний, так якісний підходи.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. No 1560 – XII (редакція від 13.02.2021 р.), URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
2. Положення «стандарт» бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене Наказом Міністерства фінансів України No 73 від 07 лют. 2013 р. (редакція від 23.07.2019 р.)
3. Положення «стандарт» бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів», затверджене Наказом Міністерства фінансів України No 87 від 13.03.1999 (редакція від 19.03.2013 р.)
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 (МСБО 7). Звіт про рух грошових коштів: Міжнародний документ від 01.01.2012
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. No 2755-VI (редакція від 15.05.2021 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
6. Пересада А.А. Інвестиційне кредитування. Навчальний посібник. К., 2002. 272 с.
7. Идрисова А. Р. Сущность инвестиций, инвестиционной привлекательности и роль инвестиционного проектирования в деятельности предприятий /А.Р. Идрисова // Вісник Хмельницького національного університету, 2008. No 2. Т. 2. с. 174-176.
8. Jerry M. Rosenberg Dictionary of Investing. New York : Wiley, 1993. 368 p.
9. Войнаренко М.П., Інвестиційна діяльність як об'єкт управління / М.П. Войнаренко, Л.Б. Бушовська // Економіка: реалії часу, 2015. No 5(21). С. 40–44.
10. Доуртмес П.О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційно-інноваційної діяльності промислового підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук. Харків, 2018. 21 с.
11. Нкайя Б.Ж. Роль і значення інвестицій в діяльності підприємств / Б.Ж. Нкайя, М.І. Ларка // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність. «Фор-вард-2016». VII Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених. 27 грудня 2016 р. Харків: НТУ «ХП», 2016. С. 155–156.
12. Портнова Г.О. Фінансова безпека підприємств: сучасні погляди щодо сутності та оцінки / Г.О. Портнова, В.М. Антоненко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2012. – № 1. – С. 345–355.
13. Кравчук Н.Я., Колісник О.Я., Мелих О.Ю. Фінансова безпека: Навчально методичний посібник. – Тернопіль: Вектор, 2010. – 277 с.
14. Економічна діагностика : навч. посібник/ За заг. ред.. Т.Ф. Косянчук. – Львів: Новий Світ – 2000, 2009.–449 с

15. Горячева К.С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01. К.: НАУ, 2006. 17 с.
16. Марченко О. М. Фінансова безпека держави: навчальний посібник / О. М. Марченко, Я. Я. Пушак, І. О. Ревак. - Львів: ЛьвДУВС, 2020. - 356 с.
17. Магас, Н. В. Фактори формування середовища фінансової безпеки суб'єктів господарювання [Текст] / Н. В. Магас // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 261-264.
18. Іващенко О. В. Фінансово-економічна безпека підприємства / О. В. Іващенко // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – Т. 18, Вип. 1(1). –С. 142-145.
19. Гросул В. А., Антонова О. В. Оцінка фінансової безпеки підприємств роздрібною торгівлі: монографія; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2015. 248 с.
20. Васильців Т. Г. Економічна безпека України: стратегія та механізми зміцнення: монографія. Львів: Арал, 2008. 574 с.
21. Довбня С.Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С.Б. Довбня, Н.Ю. Гічова // Фінанси України. -2008, - № 4. – с.88-97.

*Ватаг А.Р., Петрик Д.З., здобувачі вищої освіти
студентки економічного факультету*

Кушнір Т.М., к.е.н., доцент

*Львівський національний університет імені Івана Франка
diankapetruk2004@gmail.com*

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Сучасну ринкову економіку сьогодні важко уявити без злагодженого функціонування великих, середніх та малих підприємств. Оптиміальне співвідношення підприємств різних видів та розмірів сприяє сталому розвитку національної економіки, адже кожне з підприємств має свої істотні переваги. До прикладу, малі підприємства є більш гнучкими, вони швидше та легше адаптуються до змін уподобань та смаків споживачів. Така особливість малого бізнесу особливого значення набуває в умовах індивідуалізації та диференціації споживчого попиту.

Малі підприємства відіграють вагомую роль у становленні національної економіки. Вони спроможні розв'язувати різноманітні економічні завдання - забезпечення формування конкурентного середовища, залучення внутрішніх та іноземних інвестицій, вдосконалення технологій. Крім цього, малі підприємства створюють для робочої сили країни робочі місця, забезпечують джерела доходів для працюючих на них громадян, здійснюють виробництво необхідних для споживачів товарів, виконання робіт, надання послуг. На сьогоднішній день саме з підприємництвом пов'язуються позитивні зміни у світовій економіці. Загалом, підприємництво виступає однією із найважливіших ознак ринкової економіки та основною передумовою розвитку народного господарства будь-якої країни [1, с. 44].

Досвід зарубіжних країн говорить про те, що головною рушійною силою економіки є малий бізнес, який сприяє запобіганню монополії, розвитку ринкових відносин і швидко реагує на зміни ринкової кон'юнктури. Формування малого бізнесу в Україні розпочалося з початком незалежності, але все ще існують певні труднощі в їх функціонуванні та розвитку. Збільшення кількості малих підприємств створює нові можливості для працевлаштування, створення та впровадження інновацій, що обумовлює актуальність вивчення сучасних проблем розвитку малого бізнесу в Україні.

“Середовище діяльності українських малих підприємств є дуже нестабільним та слабо прогнозованим. Тому вплив нестабільності зовнішнього середовища на діяльність малих підприємств може призвести до значних втрат або навіть їх банкрутства” [4, с. 32].

Суттєвий вплив на розвиток малого бізнесу в Україні чинить динаміка ключових макроекономічних показників, яка демонструє негативні тенденції. До прикладу, зниження ВВП спричинило скорочення внутрішніх фінансових ресурсів та оборотного капіталу підприємств. Нинішня макроекономічна ситуація створює додаткові труднощі для малих підприємств. Одна з них – висока вартість кредитних ресурсів та відсутність коштів. Кредитна ставка є досить високою, тому дозволити собі кредитування можуть лише високоприбуткові підприємства. Банки досить рідко надають кредити малим підприємцям [1, с. 45].

Інша перешкода полягає в тому, що матеріально-технічне забезпечення малих підприємств є недостатнім та несвоєчасним. Малі підприємства не мають достатньої кількості коштів для закупівлі обладнання, машин та устаткування, інструменту. Також малі підприємства мають обмежений доступ до новітніх технологій, оскільки їх закупівля потребує істотних одноразових фінансових витрат, якими такого роду підприємства часто не володіють. У зв'язку з цим, вищі витрати на виробництво будуть здорожчувати товар та зменшувати попит на нього [3 с.114].

Збільшення рівня інфляції та зниження реальних доходів населення України спричинило істотне погіршення структури споживання, особливо це стало помітним після 24 лютого 2022 року. Доходи домогосподарств сьогодні в основному направлені на придбання товарів першої необхідності, насамперед продуктів харчування та оплати за отримані комунальні послуги. Це також вплинуло і на роботу малого бізнесу в Україні. Прибутки підприємств та збут продукції зменшились через небажання споживачів витратити зайві кошти.

Головними причинами гальмування розвитку малого підприємництва в Україні можна визначити:

- недопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;
- високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;
- недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;
- відсутність дієвого механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
- обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
- недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності;
- відсутність стимулів для інвестицій;
- психологічне неприйняття позитивної ролі підприємців у ринкових перетвореннях серед окремих верств населення [3, с. 115].

“Для ефективного розвитку малого підприємництва в Україні необхідно, щоб держава створила надійну та ефективну підтримку. Уряд повинен стимулювати розвиток зазначеного сектора, за допомогою більш м'якої регламентації його діяльності, запровадження відповідних фінансових заохочень та гнучких механізмів регулювання ринку праці” [2, с. 40]. Також слід використовувати пільгове кредитування, оподаткування, різного роду преференції та залучати представників малого бізнесу до реалізації наукових, технічних, соціальних та економічних програм.

Отже, малі підприємства є невід'ємною частиною національної економіки. Вони відіграють важливе соціальне та економічне значення: сприяють розвитку економіки, створюють додаткові робочі місця, забезпечують ринок різноманітними товарами та послугами, створюють конкурентне середовище. В Україні існує чимало перешкод для ефективного функціонування та розвитку малого бізнесу. Зокрема - високі податки, недостатня фінансово-кредитна та майнова підтримка, відсутність стимулів для інвестицій. Малі підприємства мають значний потенціал і перспективи, особливо в умовах ринкової

економіки. Вирішення проблем розвитку малих підприємств та створення сприятливого середовища для їх діяльності потребують докорінної перебудови державної політики.

Список використаної літератури

1. Антипенко Н.В., Васильчук В.В. Сучасні проблеми розвитку підприємств малого бізнесу в умовах національної економіки : матеріали XII Міжнародної наук.-практ. інтернет-конференції «Фінанси: теорія і практика». Київ: Національний авіаційний університет, 2021. 44-47 с.
2. Бобиль, В.В., Топоркова О.А. Оподаткування малого бізнесу: нормативно-організаційний аспект. Review of Transport Economics and Management. 2019. Вип. 1 (17). 35–47 с.
3. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 729 с.
4. Іванян Д.Г. Проблеми ведення малого бізнесу в Україні. Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених і студентів. Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2021. с. 31-32.

Гайдаш М.О.
здобувач другого рівня вищої освіти
доктор філософії
Українська інженерно-педагогічна академія
3zk@ukr.net

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Туристична організація має певну специфіку діяльності – надання послуг клієнтам поза місцем її розташування, досить часто – в інших регіонах, країнах. Фінансування її діяльності також здійснюється з певними особливостями. Джерела фінансування туризму в Україні прописані в Господарчому Кодексі України та Цивільному Кодексі України, частково – в Законі України «Про туризм» [1] (про можливе фінансування з місцевих, регіональних та державних бюджетів при виконанні окремих програм розвитку туризму в Україні), і тому фінансування може здійснюватись за рахунок [2, 3]:

- власних коштів суб'єкта туристичної діяльності, в т.ч. за рахунок прибутку,
- позикових фінансових коштів (кредитів, облігаційних позик тощо),
- грошових внесків фізичних та юридичних осіб (за майбутнє надання послуг),
- грошових благодійних внесків та пожертвувань фізичних та юридичних осіб,
- фінансування з цільових позабюджетних фондів,
- коштів фонду розвитку України,
- надходження іноземних інвестицій,
- отримання коштів від участі в туристичних лотереях,
- інших джерел, дозволених (не заборонених) законодавством України та країн, в яких надається туристична послуга.

Всі вказані джерела є досить ймовірними за умов стабільної економіки в країні та світі, розвитку туристичної та супутніх галузей, сталості туристичної компанії на ринку. І більшість з них швидко зменшуються або зникають в разі прояву будь-яких форс-мажорів (падіння ринку, різкі скачки інфляції, економічна криза, військовий конфлікт та ін.). Тоді туристична фірма може сподіватися лише на власні кошти (прибуток попередніх періодів) та грошові внески як сплата за майбутню туристичну послугу.

Однак фінансові ризики туристичної діяльності за умов виникнення непередбачуваних умов, різких стрибків інфляції, коливань ринків на даний час є досить високими і потребують уваги, прогнозування та попередження. При цьому слід враховувати, що відповідальність

туристичної організації перед клієнтами та партнерами в законодавстві прописана досить чітко, набагато краще за джерела фінансування.

Розглянемо, які фінансово-економічні ризики можуть погрожувати туристичній організації та визначимо можливі шляхи їх попередження або нейтралізації.

Найбільш частою ситуацією стає відмова клієнта від послуги та вимога повернути сплачені кошти (зазвичай сплаченою є вже вся вартість послуги). Для мінімізації втраченої вигоди кожна компанія формує терміни можливого розірвання угоди щодо туристичної послуги з визначенням відсотків суми, яку поверне. Чим ближче термін повернення до початкового терміну надання послуги, тим менший відсоток коштів повертається клієнту. При цьому значна кількість туристичних компаній має уявлення про місце розташування інформації про «гарячі тури», коли споживач готовий отримати туристичну послугу майже зараз. Це разом з відсотками компенсації за повернену послугу суттєво зменшує невиправдані витрати туристичної компанії.

Друга, не менш часта ситуація, коли туристичну компанію підводять партнери, і виникає необхідність сплати компенсації за неналежно надану послугу, не надану послугу або інші негаразди (затримки в логістиці, погана якість місця проживання, не відповідність умов заявленим, втрата речей або здоров'я клієнта тощо). Для вирішення таких проблем туристичні компанії здійснюють декілька дій. В першу чергу це робота лише з перевіреними партнерами, імідж яких на ринку високий, а нарікань – мінімум. Однак всі договори співпраці повинні містити умови компенсації витрат як клієнта, так і туристичної компанії в разі виникнення проблем з вини партнера. Важливим є доповнення договору пунктом компенсації втраченої (недоотриманої) вигоди за рахунок шкоди діями партнерів іміджу туристичної компанії на ринку. Такий підхід дозволяє компанії частково повернути фінансові втрати.

В сучасних умовах стрімких ринкових змін ще одним джерелом збитків стає зміна в вартості послуги, коли між замовленням послуги клієнтом та її отриманням проходить певний час. В цей період може зрости вартість всього ланцюга надання туристичної послуги – від переміщення до проживання та страхування. І це викликає необхідність здатності працівників туристичної компанії до прогнозування, до створення психологічного портрету клієнта тощо. Бо теоретично мінімізувати вказані ризики можливо при бронюванні послуг на всьому шляху її отримання клієнтом. Однак в разі його відмови в останній момент туристична компанія буде нести збитки як надійний партнер і як фізична особа, якій повертають лише частину від вкладених коштів. В разі ж створення замовлень в останню мить може не бути необхідної послуги у партнерів (білету на літак на необхідну дату, місця в готелі тощо), що змусить туристичну компанію повернути кошти клієнту в повному обсязі, а інколи – і додаткову компенсацію за моральну шкоду.

Вирішенням частини вказаних проблем, а також компенсації шкоди майну та здоров'ю клієнта може бути страхування. Інколи туристичні компанії одразу закладають вартість страхових полісів у вартість своєї послуги, особливо якщо клієнт не може бути не застрахованим (наприклад, туристичний відпочинок за кордоном). Однак більшість з них вважає більш доцільним не витрачати зайві кошти, і тому в разі виникнення проблем вирішує їх в судовому порядку.

Не такими явними фінансовими витратами, але досить відчутними стратегічно для туристичної компанії є втрата клієнтської бази, коли персонал або злодій в інтернет-просторі викрадає дані клієнтів та передає їх конкурентам, а ті за рахунок акцій, подарунків і просто більш вигідних умов переманюють клієнтів, тим самим суттєво зменшуючи прибуток компанії.

Представники туристичного бізнесу майже одностайні в думці, що в сучасних умовах економічного розвитку туристичний бізнес одночасно може бути і високоприбутковим, і збитковим, тому, не зважаючи на свою проблемність, є досить привабливим за рахунок мінімального стартового капіталу, можливого розмаїття вибору щодо його здійснення [2, 4]. Однак при застосуванні наукового підходу до організації туристичної діяльності, обліку та аналізу вірогідність збиткової діяльності суттєво зменшується [5].

Для розвитку туристичної організації необхідно, на нашу думку, не тільки мати відповідну стратегію, але й регулярно здійснювати моніторинг ринку туристичних та супутніх послуг, моніторинг та аудит діяльності партнерів, оцінку змін зовнішнього середовища. Це дозволить своєчасно реагувати на потенційні зміни та ризики і мінімізувати потенційні збитки.

Список використаної літератури

1. Про туризм. Закон України. Електронний ресурс // Верховна Рада України; Закон від 15.09.1995 № 324/95-ВР зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 554 с. URL: https://pidru4niki.com/1334020362199/turizm/dzherela_finansuvannya_subyektiv_turistichnogo_biznesu
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с. URL: <https://buklib.net/books/21955/>
4. Ризики інвестиційної діяльності в сфері туризму та готельно-ресторанному бізнесі / Т. С. Смовженко, О. І. Коркуна, І. І. Коркуна, О. Я. Цільник // Регіональна економіка. № 1. 2020. С. 154-159. URL: https://re.gov.ua/re202001/re202001_154_SmovzhenkoTS,KorkunaOI,KorkunaII,TsilnykOYa.pdf
5. Фоміна О.В., Сопко В.В., Прокопова О.М. Ризики туристичної діяльності в обліку // Інвестиції: практика та досвід № 22. 2018. С. 26-31. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/22_2018/6.pdf

*Грицина О.В., к.е.н.доцент,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
ogrytsyna@ukr.net
Шолудько О.В., к.е.н.доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Львівський національний університет природокористування*

СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Війна, яка триває в Україні, спричиняє значні руйнування, завдає шкоди майну та інфраструктурі, викликає кризові явища в економіці. Природним є прагнення фізичних і юридичних осіб завчасно уникнути збитків, заподіяних унаслідок дій сторонніх обставин, до яких належить і війна. До універсальних способів мінімізації ризиків традиційно належить страхування. Разом з тим, війна та бойові дії вносять принципові корективи і до стану справ у сфері страхування.

Ринок страхування продовжує працювати в Україні. Більшість страховиків організувала свою роботу, здійснивши евакуацію співробітників у безпечніші регіони, забезпечивши віддалену роботу персоналу, збереження технічних засобів та баз даних. Про це свідчать результати опитування страховиків, проведеного НБУ у березні 2022 року. Водночас страхові компанії зіткнулися з серйозними викликами. Сьогодні на ринку нон-лайф працює 132 страхові компанії. З них 25 страховиків, на які припадає 9 відсотків загального обсягу ринку, не надали відповідей щодо діяльності в період війни. 17 страховиків (менше 2% обсягу ринку) заявили, що не налагодили ще процес виплати страхових відшкодувань. Усі інші страхові компанії, а це 89 відсотків страхового ринку за обсягами діяльності, продовжують працювати, своєчасно і в повному обсязі виконувати власні зобов'язання за договорами страхування та навіть укладати нові договори [3].

Фінансова спроможність страховиків у воєнний час прямо залежить від якості та структури їх активів і запасу капіталу в довоєнний період. Результати опитування, проведеного НБУ, показали, що усі страхові компанії потерпають від військових дій на

території України. Так, суттєво знизилась обсяги продажів страхових продуктів, особливо через роздрібні канали, є багато запитів від клієнтів на відтермінування чергових страхових внесків та розірвання договорів. При цьому факт запровадження воєнного стану не впливає на чинність договорів страхування.

Війна в Україні належить до форс-мажорних обставин-обставин непереборної сили. Водночас дія форс-мажорних обставин не звільняє сторону від обов'язку за договорами, а лише є легітимною підставою відтермінувати виконання такого обов'язку до закінчення їх дії та понести відповідальність за таке прострочення. Лише факт проведення бойових дій чи запровадження обмежень воєнного часу не звільняє сторону від відповідальності, якщо такі обставини прямо не перешкоджають особі фізично чи юридично виконувати конкретний обов'язок за договором. Саме за таких обставин страховик може затримати страхову виплату, але буде змушений здійснити її, коли дія обставин форс-мажору на нього спиниться.

На практиці страховики включають до правил страхування додаткові підстави для відмови у здійсненні страхових виплат, зокрема відмовляються покривати ризики спричинення збитків унаслідок бойових дій, наприклад, якщо застраховане майно було пошкоджене чи знищене через бойові дії (влучання куль, снарядів) така шкода не покривається страховиком. Слід відзначити, що страхування від воєнних ризиків існує як окремий продукт на ринку, але через надмірну вартість в останній час не є поширеним. Окрім цього, з 2014 року страховики включають до договорів страхування застереження- договори страхування, як правило, не діють на територіях проведення бойових дій і на окупованих територіях України. Тому випадки, спричинені бойовими діями та не спричинені такими не визначаються страховими, якщо вони відбулися в зоні бойових дій

Окремої уваги заслуговує агрострахування в час війни. Для аграрного сектору великою проблемою є окупація значної частини аграрної території країною-окупантом, перешкоджання посівам, обстріли полів, пожежі. Загальна сума втрат, нанесених сільськогосподарській галузі внаслідок повномасштабного російського вторгнення, вже сягнула понад 4,3 млрд.дол США.. У структурі пошкоджень найбільші втрати фіксуються внаслідок знищення або часткового пошкодження сільськогосподарських угідь та незбору врожаю. Сільськогосподарські землі зазнали двох значних видів пошкоджень- мінне забруднення та пряме фізичне пошкодження. Оціночна вартість загиблих тварин складає понад 136 млн.дол. США. При цьому тварини гинуть не лише безпосередньо від активних бойових дій, але й від обмеженого доступу на ферми. Російська агресія впливає не лише на можливість вільно експортувати нашу продукцію та щорічно годувати близько 400 млн. людей у всьому світі. Пошкодження земель, інфраструктури, сільськогосподарської техніки безпосередньо впливають на виробництво аграрної продукції. Без відновлення втрачених активів Україна не зможе повернутись на своє місце у глобальній продовольчій безпеці. Для повернення інвесторів до українського агробізнесу необхідні три речі: система страхування підприємств, що працюють в умовах воєнного стану, ефективний судовий захист та постійне відкриття європейського ринку для української продукції. Агрострахування має стати не лише джерелом відшкодування завданих аграріям збитків, але й певним джерелом накопичень фінансових ресурсів держави, щоб мати можливість у разі потреби використати зобілізовані кошти на воєнні потреби та відновлення економіки. В умовах воєнного стану агрострахування має відігравати головну, а не допоміжну роль [2].

Незважаючи на війну, ринок страхування в Україні функціонує. НБУ, як регулятор страхового ринку, докладатиме всіх зусиль, щоб така тенденція зберігалась і надалі. Перш за все шляхом здійснення постійного діалогу з учасниками ринку та оперативного реагування на його потреби. НБУ рекомендує страховикам спростити процедуру врегулювання випадків, що мають ознаки страхових, шляхом максимального використання електронних документів та дистанційного врегулювання страхових випадків.

Загалом договори страхування є чинними незалежно від введення в Україні воєнного стану, зі стандартними форс-мажорними застереженнями. Водночас, як правило, страховики

не покривають «воєнні» ризики та виключають зони бойових дій і неконтрольовані Україною території зі страхування.

Список використаної літератури:

1. Фесенко Н. В., Яремченко Л. М. Стан та перспективи функціонування страхового ринку України в умовах глобалізації. Економіка та держава. 2019. № 8. С. 28–34. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.8.28
2. Страхування під час війни [Електронний ресурс] // Економічна правда. Режим доступу <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685760/>
3. Під час дії воєнного стану ринок страхування продовжує працювати – результати опитування [Електронний ресурс] // Національний банк України . Режим доступу <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pid-chas-diyi-voennogo-stanu-rinok-strahuvannya-prodovjuye-pratsyuvati--rezultati-opituvannya>

Дашко Д.В.

Науковий керівник к.е.н., доц. Аберніхіна І.Г.

Навчально-науковий інститут

промислових та бізнес технологій

Українського державного університету

науки і технологій

irina.abernihina@gmail.com

СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ ТА ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Операційний прибуток підприємства формується в результаті провадження його операційної діяльності.

Операційна діяльність пов'язана з виробництвом та реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечує основну частку його доходу, до якої належать: грошові надходження від продажу товарів, робіт, послуг; грошові виплати постачальникам за товари і послуги; грошові виплати з оплати праці; сплата податків [1].

Основними ознаками операційної діяльності, що визначають її особливості, є наступні:

- операційна діяльність – стрижневий компонент всієї господарчої діяльності підприємства;
- пріоритетність операційної діяльності стосовно інвестиційної та фінансової;
- інтенсивний розвиток операційної діяльності є основним параметром економічного росту підприємства;
- господарчі операції, що є складовими операційної діяльності підприємства, мають постійний характер;
- зв'язок операційної діяльності з інвестованими в неї матеріальними, нематеріальними та фінансовими ресурсами; споживання значного обсягу живої праці у процесі операційної діяльності;
- специфічні ризики (ринковий ризик) операційної діяльності [2].

Операційна діяльність охоплює всі види продуктивної діяльності, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції (робіт, послуг), різногалузевого характеру, які не є інвестиційною або фінансовою діяльністю. Її визначають за двома напрямками: основна операційна діяльність та інші види операційної діяльності.

Основна операційна діяльність - це операції, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), які є профілюючою метою функціонування суб'єкта господарювання, яка забезпечує основну частку його доходу. Інші види операційної діяльності

передбачені статутом і зумовлені необхідністю раціонального використання виробничих ресурсів або капіталу [3].

Операційна діяльність підприємства - це основна діяльність, яка пов'язана з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, послуг), що є визначною метою створення підприємства та забезпечує основну частину його доходу [4].

Для порівняння результативності операційної діяльності суб'єктів господарювання є необхідним проведення аналізу ефективності її здійснення. Одним із найбільш простих, але ефективних видів цього аналізу, є операційний аналіз, що отримав назву CVP (cost-volume-profit, витрати - об'єм - прибуток). Так, показник рентабельності операційної діяльності доцільно розраховувати за такими напрямками, як відношення прибутку (збитку) від операційної діяльності до витрат операційної діяльності. Високе значення даного показника свідчить про те, що підприємство має добре налагоджений процес виробництва та реалізації продукції, постійне джерело доходів [5].

В таблиці наведені визначення сутності «операційного прибутку» різними авторами.

Таблиця

Визначення сутності категорії «операційний прибуток» різними авторами

Автор	Характеристика визначення
Мельник Т.Ю., Ейсмонт В.О.	операційний прибуток – це прибуток від основної діяльності підприємства, тобто від виробництва та реалізації продукції, послуг, робіт
Кашубіної Ю.Б.	прибуток від операційної діяльності визначається як сукупний обсяг прибутку від реалізації продукції й прибутку від іншої операційної діяльності
Болюх М.А., Бурчевський В.З., Горбатьок М.І.	прибуток від операційної діяльності як перевищення валового прибутку та іншого операційного доходу над операційними витратами (адміністративними витратами, витратами на збут, іншими операційними витратами)
Верланов Ю.Ю.	Операційний прибуток — це різниця між валовим доходом та операційними витратами, де валовий дохід являє собою різницю між виручкою від реалізації та собівартістю реалізованої продукції. А операційні витрати зазвичай поділяються на дві групи: витрати, пов'язані з реалізацією товару, та на загальні й адміністративні витрати

Джерело: складено на основі [6, 7, 8].

Прибуток від операційної діяльності розраховується у декілька етапів.

На *першому етапі* визначається чистий дохід від реалізації продукції шляхом коригування доходів від реалізації на суму непрямих податків та інших вирахувань з доходу.

На *другому етапі* отриманий результат зменшується на собівартість реалізованої продукції. В результаті розраховується валовий прибуток або збиток від реалізації продукції.

На *третьому етапі* валовий прибуток збільшується (зменшується) на суму інших операційних доходів (витрат), які отримується від реалізації інших оборотних активів (крім фінансових інвестицій), операційної оренди активів, операційної курсової різниці, отримання штрафів, пені тощо.

На *четвертому етапі* визначається прибуток (збиток) від операційної діяльності як різниця між результатом, отриманим на третьому етапі, та величиною адміністративних витрат і витрат на збут.

Гуменюк В. С. систематизує основні підходи до управління прибутком наступним чином [9]:

– стратегічний (розроблення системи управління прибутком з урахуванням стратегічної спрямованості розвитку підприємства);

- організаційний (процес управління прибутком розглядається як комплекс організаційно-управлінських рішень);
- системний (система управління прибутком є сукупністю функціональних підсистем управління, які у процесі взаємодії забезпечують економічну ефективність від управління прибутком).

Управління операційним прибутком охоплює велику кількість транзакцій, які виконуються на різних етапах руху грошових коштів, що надійшли від реалізації продукції, послуг, робіт, і забезпечують отримання чистого прибутку. У зв'язку з цим основною метою управління прибутком є оптимізація грошових надходжень та витрат, виявлення резервів та їх мобілізація [10].

Основними завданнями управління операційним прибутком є:

- 1) виявлення резервів збільшення прибутку за рахунок нарощування обсягів та оптимізації структури і асортименту реалізованої продукції;
- 2) виявлення резервів нарощування прибутку за рахунок оптимізації постійних і змінних витрат, обґрунтування облікової політики підприємства, цінової політики, податкової політики;
- 3) оцінювання прибутковості виробничої і комерційної діяльності;
- 4) визначення підприємницького ризику;
- 5) зміцнення конкурентних позицій підприємства за рахунок підвищення ефективності розподілу і використання прибутку.

До чинників, що впливають на операційний прибуток, належать зміни:

- ціни на реалізовану продукцію;
- обсягів реалізації продукції;
- структури реалізованої продукції;
- собівартості одиниці продукції;
- собівартості продукції за рахунок структурних зрушень у складі продукції.

Управління прибутком підприємства є логічним продовженням стратегічного управління ним та не може реалізовуватися як незалежний бізнес-процес. Підвищення ефективності управління прибутком передбачає узгодження дій спрямованих на підвищення доходу із загальною стратегією підприємства.

Список використаної літератури

1. Махмудов Х. З., Михайлова О. С., Світлична А. В. Оцінка операційної діяльності підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2017. №4. С. 41–46.
2. Мірошниченко О. Ю., Корконос Ю. В. Механізм управління прибутком вітчизняних підприємств. *Бізнесінформ*. 2014. №5. С. 280–285.
3. Сіменко І. В., Гречина І. В., Ващенко Л. О. Фінансовий та управлінський аналіз підприємств: теорія та методологія : монографія. Донецьк : Донбас, 2013. 346 с.
4. Фінансово-облікова проблематика відтворення потенціалу сільськогосподарських підприємств : монографія / [Бруханський Р. Ф., Железняк Н. В., Хомин І. П.] ; за наук. ред. Р. Ф. Бруханського ; Терноп. нац. екон. ун-т. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. 451 с.
5. Дем'яненко М. Я., Зуєва О. І. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств України: теорія і практика : монографія. К. : ННЦ «Ін-т аграр. економіки», 2010. 188 с.
6. Мельник Т., Ейсмонт В. Аналітичне забезпечення управління операційним прибутком підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 23. С. 274–280.
7. Кашубіна Ю.Б. Система оцінювання прибутку від операційної діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. №8. С. 196-201.
8. Верланов Ю.Ю. Фінансовий менеджмент : навчально-методичний посібник. Миколаїв: МДГУ ім. Петра Могили, 2006. 344 с.

9. Гуменюк В. С. Теоретичні основи управління прибутком підприємств. Електронний науковопрактичний журнал *Інфраструктура ринку*. 2018. № 20. С. 50–55. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2018/20_2018_ukr/1.pdf.

10. Крючко Л. С., Бережко Я. В., Семиліт І. В. Використання операційного левериджу в управлінні прибутком підприємства. *Новітні: практика та досвід*. 2016. № 7. С. 67–70.

*Дубінін Д.В., к.т.н.,
докторант кафедри організації і управління будівництвом
Київський національний університет будівництва і архітектури
dubinindv@knuba.edu.ua*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Цифровізація є невідворотнім процесом еволюційного розвитку, який змінює усі бізнес-процеси, внутрішні організаційні структури, зовнішні зв'язки підприємств не залежно від їх бажання та спроможності управляти цим процесом.

За останні десятки років світ дуже змінився. Багато аспектів людського життя та корпоративних процесів зараз відбувається у цифровій реальності. Якщо декілька років тому проектна документація на будівництво об'єктів після проходження експертизи та затвердження передавалась безпосередньо на об'єкт, у разі необхідності внесення змін проектувальним мав внести корегування і знову передати креслення на об'єкт, що займало досить багато часу та часто викликало неузгодженість між різними учасниками будівництва.

Сьогодні проектування багатьох об'єктів вже ведеться у форматах BIM-моделей, які акумулюють у собі дані про весь проект, надають можливість доступу до проекту різним учасникам, а також у режимі реального часу надають можливість вносити зміни у проект, які відразу відображаються для усіх відповідальних осіб, накопичувати дані про внесені зміни, хід виконання проекту, кількісні, якісні, вартісні характеристики будівельної продукції та інші показники.

Перешкодою на шляху повного переходу українських будівельних підприємств до BIM-моделювання стала війна, а також вартість упровадження нових методів управління будівництвом у практику. Тому наразі необхідно упроваджувати так звані «компромісні варіанти», які не будучи на стільки дорогими і складними як BIM-моделі, дозволять учасникам будівництва поступово переводити бізнес-процеси у цифровий формат, накопичувати дані, здійснювати інформаційне забезпечення операційної, інвестиційної, фінансової діяльності, зберігати у цифровому форматі дані про об'єкт та хід будівництва.

Одним із таких рішень може стати програмний комплекс «Мегаплан», який є зручним шаблоном для створення організаційної структури підприємств будь-якого розміру, форми власності, виду діяльності, має сучасний інтерфейс та може дозволити:

- додавати нового користувача в систему, вводити його в існуючу або новостворену групу користувачів;
- призначати права на перегляд, додавати або змінювати кожний елемент системи для групи користувачів або індивідуального користувача;
- створювати і редагувати списки груп користувачів, змінювати права доступу для входу в систему окремих груп користувачів, призначати групі або відповідальному виконавцю права на перегляд та редагування;
- додавати нові або змінювати каталоги системи і налаштовувати внутрішні взаємозв'язки системи;
- вести прайс-листи по постачальниках;
- додавати нові замовлення на ресурси;
- розраховувати кількість необхідних матеріальних і трудових ресурсів.

- розраховувати потреби у матеріально-технічних і трудових ресурсах за календарним графіком;
- формувати замовлення на основі розрахованих потреб і найбільш відповідного кількості поставок за прайс-листами постачальників;
- вести статистику по затримках у поставках матеріалів в розрізі постачальників.
- вести замовлення;
- вести дані по складських залишках.
- оперативний складський облік ресурсів різного роду (надходження, витрати тощо);
- ефективне управління пересуванням і розподілом ресурсів;
- інформаційне забезпечення складських і логістичних процесів;
- адресне зберігання товарів на складі;
- управління номерами серій і партій;
- звіти про асортимент, операції та оцінку ресурсів;
- управління прайс-листами постачальників;
- моніторинг та контроль товарно-матеріальних потоків.

Удосконалення інформаційного обміну підприємств-учасників будівельного проекту шляхом взаємодії в єдиній електронній системі дозволить збільшити надійність та ефективність організаційно-технологічних рішень учасників будівництва та прискорить перехід до BIM-модельовання у майбутньому

Список використаної літератури

1. Тугай О.А., Поколенко В. О., Рижакова Г. М., Приходько Д. О., Лагутіна З. В., Стеценко С. П. Модернізовані інструменти девелоперського управління будівництвом. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*, 2012. Випуск 21. С. 86 – 98.
2. Тугай О. А., Чуприна Ю. А. Формування сучасних моделей організаційних структур для адаптації будівельного виробництва до євро стандартів. *Управління розвитком складних систем*, 2011. №6. С.77–83
3. Зельцер Р.Я. Інноваційні моделі і методи організації, управління і економічної оцінки технологічних процесів будівельного виробництва : монограф. К.: «МП Леся», 2018. 210 с.
4. Тугай О. А., Поколенко В. О., Єсипенко А. Д., Дубинка О. В. Передумови і шляхи впровадження BIM-концепції в будівельній галузі. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*, 2020. Вип. 45. С. 166-184.
5. Економіко-математичні моделі та методи у будівництві: Підручник ВО Міхельс, ПС Шилюк, АФ Гойко, ВП Бондар, 2006...К.: Міленіум. 400 с.
6. Тугай О.А., Зельцер Р.Я., Колот М.А., Панасюк І.О. Організація контролю виконання будівельних робіт з використання дронів і спеціального програмного забезпечення. *Наука та інновації*, 2019. Вип. 15(4), С. 23 – 32.
7. Беленкова О.Ю. Цифрова трансформація будівництва: механізм взаємодії бізнесу, науки, держави. *Будівельне виробництво*. 2019. № 66. С. 30 – 36.
8. Цифра Т.Ю. BIM як інструмент реформування системи ціноутворення (на прикладі дорожньо-будівельних підприємств Казахстану). *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*, 2021. № 47 (2). С. 168 – 180.
9. Tugai O.A.... Chernyshev D.O. Organizational and technological, economic quality control aspects in the construction industry: collective monograph. Lviv-Toruń: Liha-Pres, 2019. 136 p.

Журенкова А.О.
студентка ОКР «Магістр»
Науковий керівник – Семенова Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Український державний університет науки і технологій
alinazhurenkova@gmail.com

СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА МІНЛИВІСТЬ ПЕРЕНАСИЧЕНОГО РИНКУ

Історія виникнення сучасного світу розкриває еволюцію людства поетапно, показуючи кожен з рівнів розвитку людини як соціальної істоти, що здатна перетворити свої примітивні потреби та навички в досконалу глобальну систему інформаційно-ресурсного простору. Людина розвивалася тисячоліттями до стану, коли вона заговорила певною мовою тих часів, створила релігію, провела перші торгові операції.

Що ми бачимо зараз? Лише за декілька століть людство пережило низку революцій, що змінили усі сфери життя. Чотири промислових революцій зуміли донести ідею, що неможливого не існує та розвиватися можна нескінченно, навіть якщо здається це ліміт, далі нічого немає. З точки погляду еволюції, часовий період цих століть являють собою одну мить ока [1]. Четверта революція глобалізації світу за допомогою інтернету зробила комунікацію із будь-якою точкою земного шару зі швидкістю світла. Наш час прискорився до небувалої швидкості. Але ми цього вже не відчуваємо, так як звикли існувати в такому ритмі, але це можна відстежити на прикладі наших потреб та пропозиції світового ринку.

Метою цієї роботи є формування висновку перенасиченості ринку як побічного ефекту швидкого розвитку усіх сфер людства, у тому числі економічної.

Для повноти уявлення можна взяти до уваги життя часів наших батьків та сучасне. Сьогодні свій день ми починаємо з найрізноманітніших видів сніданків, вибору одягу із переповненої шафи, перегляду новин на телефоні, планшеті або по телебаченню, навчанню у ВНЗ не тільки в будь-якому місті в Україні, але й в будь-якій іншій країні, продовжуємо відпочинком перегляд YouTube американських блогерів, читаємо наукові книги ізраїльських авторів. Спираючись на розповідь батьків, їжа була скромною, із продуктів місцевого регіону, із гардеробу умовно декілька кофт і пара штанів, новини передивлялись тільки в чітко встановлений час у декількох доступних джерелах, ВНЗ обирався за місцем проживання, а цікава інформація доставалася важкою працею в бібліотеці. З цього можна зробити логічні висновки, що з часом логістика удосконалилась, дозволивши бананам та каві бути кожен день, легка промисловість подешевшала і ми маємо 10 пар штанів, мережа Internet дозволяє знайти потрібну інформацію за лічені секунди, починаючи від рецепту борщу, який наша мама шукала в рецептній книзі, закінчуючи інструкцією як заробляти на біткоїні.

Чим “старіше” людство, тим воно більше намагається спростувати та покращити своє життя. Але багато не значить добре. Наразі звичайний споживач має безліч варіантів вирішення своєї потреби, але постає нова проблема – варіантів забагато, що робити? Це ускладнило наше життя до колосального ступеню, що іноді ми маємо відмовитися від вдоволення своєї потреби.

Суб'єкти господарювання, що створювалися саме під ці потреби, стикаються з “кризою бажання”. В свою чергу, криза породила новий напрямок економічно-соціальної науки – маркетинг. Підприємства розробляють плани завоювання довіри споживача, переконливих досліджень по якості їх продукту і все для того, щоб обрали саме їх. Світ самостійно підштовхує ідеї щодо формування головної функції створеного продукту. Але як тільки отримується уся користь від продукту, бажання в ньому миттєво зникає і виробникам знов треба шукати підказки, щоб вхопитися та вигадати щось нове.

У людей все виявляється все більше речей та все менше почуття цінності в них. Побачивши той же банан у спеціальному магазині влітку, наші батьки б не могли повірити своїм очам та через декілька годин його б розкупили, бо це – дефіцитний екзотичний товар у

невідповідну пору року. Ми ж можемо обрати жовтий банан або зелений, чи віддати перевагу висушеному, або обрати його у вигляді смузі будь-коли і будь-де. Чи можна вигадати нову форму споживання банана? Або увійти в банановий ринок із відомим товаром, але з безліччю конкурентів? Чи може вигадати банано-замінник?

Скоріш за все – ні. Когнітивно-розпізнавальна функція людини не здатна вміщувати у себе в голові багато інформації. Така ж система працює і зі споживанням продукції – людині простіше вибрати 80% своїх постійних позицій продуктів, а інші 20% використовувати по випадку власного бажання різноманітності [2]. Питання стоїть в тому, хто попаде в групу “80”, а хто в групу “20”. Перший шлях – можна вигадати “велосипед”, але в наш час вигадати його доволі складно, хоча і можливо. Зазвичай ці “велосипеди” викликають ефект зацікавленості. Він може отримати божевільний попит та захват, але через короткий час всі про нього забудуть (яскравий приклад – спінери). Другий шлях – пропонувати вже існуюче, але не таке, як в інших. Але чи зможете ви завоювати довіру, довести якість, поставити правильно акцент на відмінній характерній рисі, що має велику цінність та потрібна всім і кожному? Кожні 9 стартапів із 10 зазнають невдачі ще на початку свого становлення, коли їх продукція як “складна дитина” [3]. Чому – бо такий продукт вже існує або він нам ще не потрібен. Можливо він був потрібен учора, але не сьогодні і ще не завтра. Якщо я маю безлімітні гроші, роблю імпульсивні покупки за настроєм, то кожне підприємство буде процвітати завдяки мені. Але це утопія, яка призведе до загибелі багатьох сфер життя, так як інтересу в подальшому споживанні не буде.

Головна проблема швидкого розвитку суспільства в тому, що ми не встигаємо за собою та своїми потребами. Вчора був телефон із кнопками, сьогодні сенсорний, а завтра електронне віконце із фото абонента у повітрі, яке ми ще не вигадали. Але ще позавчора ми листувалися із знайомими за допомогою паперу та ручки, хіба такий стрибок у розвитку можливий?

Поступово ми рухаємося до вищевказаної утопії. З’явилися великі звалища нікому не потрібних машин, одягу, ми дуже довго обираємо біля метрового стелажу яку обрати рослинну олію для салату, плутаємося в численних курсах по підвищенню самореалізації та не знаємо, на яку спеціальність йти вчитися, адже доступна їх більшість. Підприємства та компанії нескінченно відкриваються та закриваються. Здивувати просту людину новим товаром чи послугою сьогодні є складною задачею.

“Зелені” бізнесмени мають слідувати за певним шляхом – або пропонувати те, в чому є реальне бажання, або бути засновником цього бажання. Перший шлях відомий та пройдений іншими суб’єктами господарювання, ти без сумніву матимеш з цього шматочок вигоди. Другий є ризиковим, новим, невивченим та навіть може бути потенційною мішенню критики, проте при успішному прийнятті споживачем запропонованої пропозиції дана діяльність принесе славу та достатки цьому розумному розробнику.

Отже, у висновку можна вказати те, що проблема перенасиченості у всьому є реальною не вигаданою потенційною проблемою для сучасного людства. Все не є вічним, і ринок з безліччю пропозицій також. Питання – як довго економічна сфера буде здатна регулювати рівень попиту та пропозиції та наскільки винахідливими будуть засновники бізнесу. Час не втримати, розвиток буде набирати швидкості. Важливо грамотно споживати та розвивати потрібні сьогоденні галузі та підприємства.

Список використаної літератури

1. Ювал Ной Харарі. Sapiens: Людина розумна. Коротка історія людства. Київ: Bookchef. 2021. 544 с.
2. Герасименко В.В. Ценообразование: учебное пособие. Москва: ИНФРА-М, 2005. 422 с.
3. Довбня С.Б., Найдовська А.О., Хитько М.М. Стратегія підприємства. Частина 1: навчальний посібник. Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. 71 с.

Куценко В.О., магістрант
Український державний університет науки і технологій
к.е.н., доцент Ігнашкіна Т.Б.
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Український державний університет науки і технологій
tignash@ukr.net

ДО ПИТАННЯ АНАЛІЗУ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

З початку ХХ ст. стрімкий розвиток електроенергетики став основою економічного зростання та підвищення якості життя людей. Завдяки широкому впровадженню електротехнічних технологій відбувалося зниження витрат на енергію та викидів забруднюючих речовин у довкілля.

Енергетична галузь України складається з підприємств нафтогазової, вугільної, ядерної та електроенергетичної промисловості. Зупинимось детальніше на електроенергетиці як базовій галузі економіки України, без якої неможлива робота вітчизняних підприємств інших галузей промисловості. У свою чергу, до суб'єктів електроенергетики відносяться енергогенеруючі потужності (атомні, теплові, гідроелектростанції, а також електростанції на поновлювальних джерелах енергії), магістральні лінії електропередачі напругою 220-750 кВ і розподільчі електромережі енергопостачальних компаній, а також постачальників електричної енергії. Об'єднані у єдиному режимі роботи всі разом вони утворюють Об'єднану енергосистему (ОЕС) України [1].

Виробництво електроенергії в Україні, у тому числі, за видами генеруючих потужностей, в динаміці за 10 років характеризується даними, представленими в таблиці 1 [2]. Тенденції виробництва електроенергії можна спостерігати на рисунку 1.

Таблиця 1 – Динаміка виробництва електроенергії, млн кВт год

Роки	Вироблено електроенергії усього	у тому числі, за видами генерації				
		АЕС	ТЕС, ТЕЦ	ГЕС	Вітрові ЕС	Сонячні ЕС
2011	194946,8	90247,7	93633,7	10945,9	89,5	30,1
2012	198877,7	90137,4	97125,1	10993,7	288,2	333,3
2013	194377,3	83209,0	95487,5	14472,2	638,6	570,0
2014	182815,4	88389,1	83548,8	9318,3	1130,2	429,0
2015	163682,3	87627,4	67523,5	6970,5	1084,4	476,5
2016	154 817,2	80950,0	61494,4	9297,5	953,8	490,8
2017	155414,2	85576,1	55841,3	10567,7	983,4	721,7
2018	159350,6	84398,2	58807,8	12008,4	1188,4	1098,8
2019	153964,8	83002,6	55787,6	7869,6	2020,2	2932,8
2020	147801,4	76202,7	55401,4	7563,8	3264,3	5369,2

Примітка. АЕС – атомні електростанції; ТЕС – теплові електростанції; ТЕЦ – теплоелектроцентралі; ГЕС – гідроелектростанції; ЕС – електростанції.

Як бачимо, спад вітчизняного виробництва електроенергії спостерігається, починаючи з 2013 року. За 10 років зниження обсягів виробництва електроенергії склало майже 25%, що свідчить про негативні тенденції, пов'язані з політико-економічними причинами, а також досить тривалим перебуванням країни в періоді пандемії. Суттєвого зниження виробництва (на 40,8%) зазнала тепла генерація; меншим є темп зниження атомної генерації (-15,2%). Позитивним є зростання у десятки разів виробництва електроенергії вітровими та сонячними електростанціями.

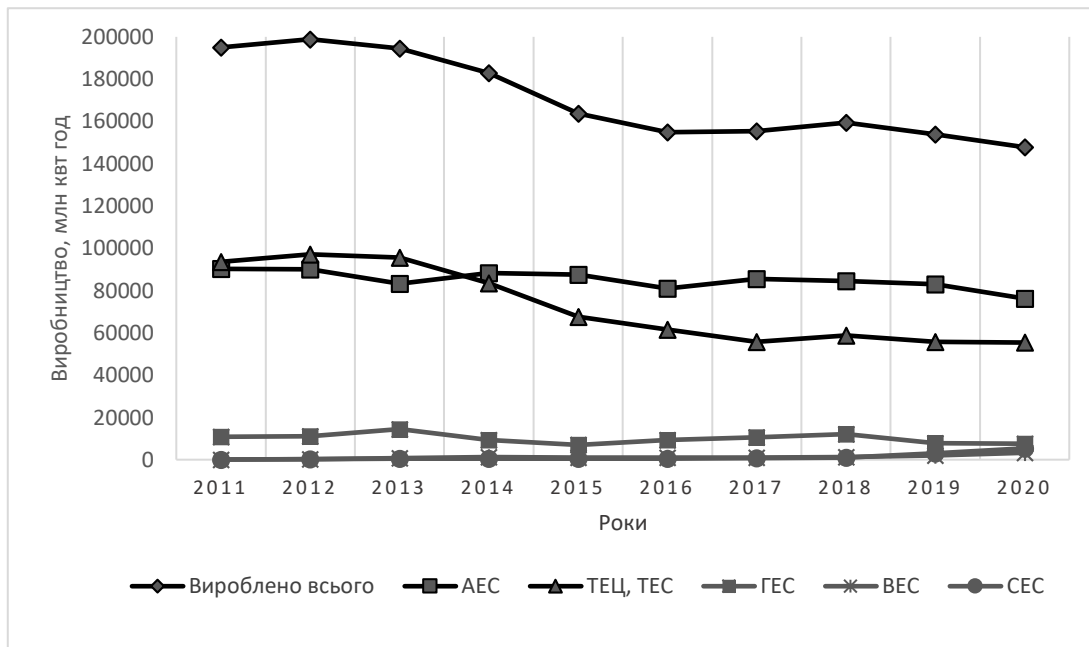


Рис. 1 - Виробництво електричної енергії в Україні за 2011-2020 роки

У структурі виробництва електроенергії (табл. 2) зміни відбувалися в основному в напрямку збільшення за останні 5 років атомної генерації з відповідним зниженням частки електроенергії теплоелектростанцій та теплоцентралей. За 10 років зросла частка відновлюваної енергетики в десятки разів, але в загальному обсязі ця частка не перевищує 5 % від загального виробництва.

Таблиця 2 – Структура виробництва електроенергії в динаміці за 2011-2020 роки, %

Роки	Структура за видами генеруючих потужностей				
	АЕС	ТЕС, ТЕЦ	ГЕС	Вітрові ЕС	Сонячні ЕС
2011	46,3	48,0	5,6	0,05	0,02
2012	45,3	48,8	5,5	0,1	0,2
2013	42,8	49,1	7,4	0,3	0,3
2014	48,3	45,7	5,1	0,6	0,2
2015	53,5	41,3	4,3	0,7	0,3
2016	49,2	44,3	5,7	0,6	0,3
2017	54,8	37,3	6,7	0,6	0,5
2018	52,8	38,3	7,5	0,7	0,7
2019	53,8	37,8	5,1	1,3	1,9
2020	51,6	28,4	3,9	1,7	2,8

Електроенергетика України перебуває в стані перманентних змін. З 2019 р. змінюється ринок електроенергетики, зокрема, змінилися його правила та фундаментальні умови функціонування, трансформуються або з'являються нові учасники ринку - оператор системи розподілу (ОСР), постачальник останньої надії (ПОН) та інші. Все це призводить до посилення конкуренції серед учасників ринку. А від самих учасників потребує прискіпливо аналізувати свої можливості й можливості інших учасників ринку та прагматично прораховувати свої наступні кроки згідно з власних своїх можливостей та потенціалу.

Згідно кодування видів економічної діяльності в КВЕД-2010 [3] діяльність підприємств України, у тому числі, й енергетичної галузі певним чином класифікується. Мова йде про

групу 35.1 (розділ 35, секція D), яка включає, окрім виробництва електроенергії (код 35.11), передачу (код 35.12), розподіл (код 35.13), торгівлю електроенергією (код 35.14).

У контексті подальших досліджень автора інтерес представляє діяльність операторів системи розподілу електроенергії (код 35.13). В Україні зареєстровано понад 300 підприємств, що займаються розподілом електричної енергії. Найбільшими серед них за кількістю споживачів, протяжністю мереж, кількістю обладнання тощо є так звані Обленерго, кількість яких на сьогодні налічує 23 підприємства. Майже всі вони є приватними, за виключенням компаній «Миколаївобленерго» та «Хмельницькобленерго», в яких частка держави в особі Міністерства енергетики України складає 70%. Кількість побутових абонентів, що обслуговуються обленерго максимально сягає 2 млн осіб, юридичних абонентів – 80 тис. [4].

Для забезпечення можливості детального аналізу господарської діяльності ОСР було проаналізовано наявність необхідної і доступної для зовнішнього користувача інформації. Такою інформацією є офіційна звітність енергокомпаній з розподілу електроенергії, зокрема, «Річні звіти емітентів цінних паперів» та фінансова звітність, яка, як правило, розміщена на офіційних сайтах компаній. Також певні дані можуть бути отримані з офіційного сайту Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України [5].

Ознайомлення з інформацією на сайтах компаній показало наступне:

- по ряду компаній інформація відсутня взагалі ("Хмельницькобленерго" та ін);
- навіть за наявності інформації, різні компанії надають її за різні роки, що ускладнює вибір однакового періоду для проведення дослідження.

Враховуючи зазначене, для подальшого проведення економічного аналізу обрано 8 компаній (АТ «Вінницяобленерго», АТ «ДТЕК Дніпровські електромережі», ПАТ «Запоріжжяобленерго», ПрАТ «Львівобленерго», ПрАТ «Рівнеобленерго», ВАТ «Тернопільобленерго», АТ «Херсонобленерго», ПАТ «Черкасиобленерго»), діяльність яких передбачається дослідити за три роки.

Список використаної літератури

1. Історія енергетики. Міністерство енергетики України.
URL: <https://www.mev.gov.ua/storinka/istoriya-enerhetyky>
2. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
3. Довідник КВЕД-2010. URL: <http://kved.ukrstat.gov.ua/>
4. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/>
5. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua/>

*Козенкова В.Д., к.е.н., старший викладач
кафедри інформаційних систем і технологій
Дніпровський аграрно-економічний університет
nkozenkova@gmail.com*

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Ситуація, у якій відбувається процес прийняття рішень, характеризується наявністю цілей і різних способів їхнього досягнення, тобто безліччю альтернатив, з кожної з яких зв'язані визначені результати – значення корисності і ступінь вірогідності її здійснення, що не завжди можуть бути відомі. Прийняти правильне рішення - означає вибрати таку альтернативу з числа можливих, у якій з обліком усіх різноманітних факторів буде оптимізована сумарна функція корисності. У складних ситуаціях, коли інтуїтивний метод прийняття рішень не є переконливим і вимагає об'єктивного обґрунтування прийнятих рішень, необхідно використовувати математичні методи оптимізації, комбінаторні методи, теорію графів, математичну статистику, теорію корисності тощо.

Аналіз і прийняття рішень у більшості випадків приходиться проводити при неповній інформації в умовах невизначеності і неможливості відшукування глобального оптимального рішення. При формуванні і прийнятті рішень у складних системах у даний час використовуються як строгі кількісні математичні, так і менш строгі – якісні методи, які, проте, також допускають формалізацію і можуть бути реалізовані [1].

До кількісних методів, що можуть бути використані при аналізі складних систем, традиційно відносять методи обчислювальної математики і чисельного моделювання, математичного програмування, теорії імовірностей і статистичного аналізу, теорії статистичних рішень тощо. Звичайний спосіб використання кількісних методів у моделях – це введення цільової функції, що дозволяє чисельно оцінювати корисність того чи іншого рішення.

Методи нечіткої математики і нечіткої логіки є ефективним засобом при аналізі складних, наприклад, таких, як соціальні, економічні, екологічні тощо, де елементами системи є чи людина група людей. Для діючого аналізу подібних систем саме й потрібні підходи, у яких точність і строгість кількісних методів аналізу не є абсолютно необхідними й у який використовуються методи якісного аналізу, які допускають нечіткості і часткові істини. Більшість методів входить в арсенал такого наукового напрямку, як штучний інтелект. Це, наприклад, теорія нечітких множин і теорія можливостей, еволюційні обчислення і генетичні алгоритми, нейронні мережі і моделювання міркувань [2].

Процес формування стратегії укладає в собі три етапи: формування загальної стратегії організації; формування конкурентної стратегії; визначення функціональних стратегій підприємства. Розробка загальної стратегії вирішує дві головні задачі: повинні бути відібрані і розгорнуті основні елементи загальної стратегії; необхідно установити конкретну роль кожного з підрозділів при здійсненні стратегії та визначити способи розподілу ресурсів між ними.

Промислова стратегія містить у собі ряд функціональних стратегій, що розробляються спеціально для кожного функціонального простору організації. Вони можуть містити в собі різні елементи - інноваційну стратегію й імітаційну стратегію; виробничу стратегію; маркетингову стратегію; фінансову стратегію; стратегію керування персоналом; стратегію інформатизації; стратегію безпеки тощо. Однак весь цей перелік сформованих для підприємства стратегій, накладаючи на три основних типи стратегій - стабільності, росту і скорочення – формує матрицю стратегій, з якої організація може вибрати одну з них чи застосовувати визначені сполучення різних типів стратегій. У цих умовах виникає необхідність обґрунтування вибору альтернатив, з обліком того, що реалізація кожної альтернативи призводить до певних результатів. Для вибору рішення будується багатокритеріальна модель для проведення об'єктивного аналізу. Ця модель повинна задовольняти наступним вимогам: бути коректною, повною й адекватною. По суті модель формальний опис складових її елементів: цілей, альтернатив, результатів і способу зв'язку альтернатив з результатами.

У загальному виді модель задачі ухвалення рішення може бути представлена так:

$$(M, X, K, S, f, P, r), \quad (1)$$

де M - постановка задачі, X - множина альтернативних рішень; K - векторний критерій оцінки результатів; S - множина шкал критеріїв; f – відображення множини припустимих рішень у множині векторних оцінок; P - система переваг ОПП; r - вирішальне правило

Постановка задачі характеризує мету особи, що приймає рішення, наприклад, знайти краще рішення із множини припустимих. Множина альтернативних рішень X являє собою сукупність рішень, що задовольняють наявним обмеженням і розглядаються як можливі способи досягнення поставленої мети. Кожне рішення приводить до вибору якого-небудь варіанта, що оцінюється по сукупності критеріїв $k_1(x), k_2(x), \dots, k_n(x)$. Така сукупність може бути представлена у виді вектора $K(x) = (k_1(x), \dots, k_n(x))$. Для кожного з критеріїв $k_i(x)$ повинна бути задана чи побудована шкала S_i яка представляє собою множину упорядкованих оцінок. Зрозуміло, що шкали S_1, S_2, \dots, S_n , що утворюють множину, можуть бути різних типів.

У простих випадках, при ухваленні управлінського рішення найчастіше існує можливість вибору одного рішення з декількох так званих альтернатив. Для формалізованого аналізу альтернатив, на нашу думку, доцільно застосовувати метод групових ваг, суть якого полягає в тому, щоби визначити групову вага кількісної ознаки і виявити елементи з найбільш яскраво вираженим значенням ознаки. Така схема найбільш застосовна для мультиплікативних показників, заснованих на розрахунку вихідних коефіцієнтів, що характеризують аналізований тип альтернатив з різних сторін.

Наприклад, для інвестиційної цінності при формуванні інвестиційної стратегії можна визначити такі характеристики як: величина ризику; прибутковість; термін життєвого циклу; періодичність виплат доходу тощо. По всіх альтернативах складається зведена аналітична таблиця, на підставі даних якої проводяться подальші обчислення. На підставі даних аналітичної таблиці розраховуються значення пошукуваних інтегральних коефіцієнтів для різних інвестиційних цінностей з урахуванням групових ваг для кожного з вихідних показників. Вихідні коефіцієнти входять до інтегрального показника за наступним принципом: показники, що позитивно впливають на інтегральний показник, записуються в чисельник, що впливають негативно – у знаменник.

Таким чином, інтегральний показник альтернативи виглядає в такий спосіб:

$$III_{Aj} = \left[\prod_{i=1}^I (a_i * k_{ij}) \right] * \left[\prod_{l=1}^L \left(\frac{a_l}{k_{lj}} \right) \right], \quad (2)$$

де III_{Aj} – інтегральний показник j -тої альтернативи; a_i, a_l – групові ваги, відповідно для i -тої і l -тої групи показників; k_{ij}, k_{lj} – значення коефіцієнта, відповідно i -тої і l -тої групи для альтернативи j .

Після проведення розрахунків вибирається альтернатива з найбільш привабливим значенням інтегрального показника. Таким чином, може бути сформульоване управлінське рішення на стратегії інвестування, що буде найкращим з розглянутих варіантів. Разом з тим, поряд з аксіоматичним підходом формалізації переваг існує евристичний, що ґрунтується на деяких розуміннях про систему переваг, а не на чітко сформульованих допущеннях. Елементи теорії нечітких множин успішно застосовуються для прийняття рішень. Експертні оцінки альтернативних варіантів за критеріями можуть бути представлені як нечіткі множинні числа, що виражені за допомогою функцій приналежності.

Для упорядкування нечітких чисел існує безліч методів, що відрізняються один від одного способом згортки і побудови нечітких відносин. Останні можна визначити як відносини переваги між об'єктами [3].

Многокритеріальний вибір альтернатив на основі аддитивної згортки припускає, що експертні переваги представлені за допомогою нечітких чисел, що мають функції приналежності, наприклад, трикутного виду [4]. Пріоритет кожної альтернативи обчислюється шляхом вибору мінімуму серед крапок перетинання правої границі відповідного їй нечіткого числа R_l із границями нечітких чисел, що представляють зважені оцінки альтернатив, розташованих правее на числовій осі. При цьому передбачається, що права границя області визначення нечітких чисел відповідає самим кращим оцінкам, а ліва — найгіршим.

Використання теорії нечітких множин дозволяє досить об'єктивно проводити добір альтернатив за окремими критеріями. Такий підхід, при наявності досить обґрунтованих критеріїв вибору, дозволяє підприємству формувати найбільш оптимальну промислову стратегію за рахунок добору й оптимального сполучення функціональних стратегій.

Список використаної літератури

- 1 Заде Л. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений: Пер с англ.- М, Прогресс, 1976, 165с.
2. Нечеткие множества в моделях управления и искусственного интеллекта/Под ред. Д. А. Поспелова. М., Наука, 1986, 312 с.

3. Борисов А. Н., Крумберг О. А., Федоров Ф. Л. Принятие решений на основе нечетких моделей. Рига, Зинатне, 1990, 184 с.

4. Нечеткие множества и теория возможностей. Последние достижения: Пер. с англ., М., Радио и связь, 1986, 408 с.

*Литвинюк Г.Г.,
Науковий керівник к.е.н., доц. Аберніхіна І.Г.
Навчально-науковий інститут
промислових та бізнес технологій
Українського державного університету
науки і технологій
glebka.litvinyuk@ukr.net*

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТА РОЗПОДІЛОМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток як економічна категорія має своє якісне і кількісне визначення, тобто має речовий зміст та суспільну форму. Саме в їх діалектичній єдності розкривається сутність прибутку, його економічний зміст.

Необхідність пошуку нових підходів до управління прибутком зумовлено розвитком ринкових відносин в українській економіці. І як наслідок, певних змін зазнає й саме визначення прибутку. Наразі існує декілька точок зору на визначення поняття «прибуток», що різняться серед вітчизняних та закордонних авторів.

Поддєрьогін А.М. вважає, що прибуток – це частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Після того, як вартість, втілена у створеному продукті, буде реалізована і набере грошової форми – підприємство одержить прибуток. Отже, об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту [3].

Прибуток – система економічних відносин між підприємцями (роботодавцями – власниками засобів виробництва) і найманими працівниками щодо виробництва, розподілу та привласнення створеної додаткової вартості, яка відособлюється у вигляді надлишку над витратами вкладеного капіталу. Кількісне визначення прибутку – це різниця між загальним доходом (валовим виторгом) підприємства від реалізації продукції та сукупними витратами на її виробництво[1].

Прибуток як найважливіша категорія ринкових відносин виконує оцінювальну, стимулюючу і госпрозрахункову функції. Водночас не виключена можливість наділення прибутку й іншими функціями[2].

Покропивний С.Ф. визначає прибуток як залишену після відшкодування на виробничу і комерційну діяльність підприємства усіх витрат частину виручки. Але лише кількісне визначення категорії не розкриває усієї економічної природи прибутку та обмежує його розуміння [5].

Бланк І.А. у своїй праці «Управління прибутком» відзначає, що в процесі підприємницької діяльності створений у сфері виробництва та послуг чистий дохід є відображенням прибутку як економічної категорії. Він вважає, що готова продукція є результатом поєднання факторів виробництва (капіталу, праці та природних ресурсів) і корисної продуктивної діяльності господарюючих суб'єктів, що за умови продажу споживачу стає товаром. Вартість живої праці і минулої упередженої вартості включається в вартість товару на стадії продажу. Вартість живої праці поділяється на дві частини, відображаючи знову створену вартість. До першої відноситься заробітна плата, беручих участь у виробництві продукції працівників. Необхідність відтворення робочої сили обумовлюється рядом факторів, за допомогою яких визначається її величина. У цьому змісті для підприємця вона представляє частину витрат по виробництву продукції. До другої частини знову

створеної вартості відноситься чистий дохід, що реалізується тільки в результаті продажу продукції, яке означає визнання суспільством її корисності [4].

Під формуванням прибутку розуміють його створення в процесі господарської діяльності підприємства. Управляти формуванням прибутку означає управляти обсягом реалізації продукції, тобто кількістю та ціною продукції, здійснювати діяльність з найменшими витратами. В процесі формування та використання прибутку виділяють:

- валовий прибуток (збиток);
- фінансовий результат від операційної діяльності;
- фінансовий результат до оподаткування;
- чистий фінансовий результат;
- інший сукупний дохід до оподаткування;
- інший сукупний дохід після оподаткування;
- сукупний дохід.

Важливе значення має установлення пропорції розподілу прибутку між державою і підприємством. Якщо вилучається надмірна частка прибутку, то підприємство втрачає стимули для розвитку виробництва, не має можливості для поліпшення соціальних умов життя людей. По суті, підривається основна ланка народного господарства, від якої залежить доля розвитку всього суспільства.

При розподілі прибутку, визначенні основних напрямків його використання насамперед враховується стан конкурентного середовища, що може диктувати необхідність істотного розширення і відновлення виробничого потенціалу підприємства.

Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та майбутніх періодах.

Основними завданнями управління формуванням прибутку підприємства є: забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується, і який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта господарювання та ринковій кон'юнктурі; забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку та допустимим рівнем ризику; забезпечення високої якості прибутку; забезпечення постійного збільшення ринкової вартості підприємства; підтримка конкурентоспроможності у довгостроковому періоді; забезпечення ліквідності підприємства та його платоспроможності; підтримка інвестиційної привабливості.

Система управління прибутком має бути органічно інтегрована із загальною системою управління підприємством, оскільки прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень прибутку, який у свою чергу є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників і працівників.

Список використаної літератури

1. Фінанси підприємств : підручник / [А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк та ін.]; кер. кол. авт. і наук. ред. А.М. Поддєрьогін. 7-ме вид., без змін. К. : КНЕУ, 2008. 552 с.
2. Бердар М.М. Фінанси підприємств : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і допов. К., 2012. 464 с.
3. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств : підручник. 8-е вид. К.: КНЕУ, 2013. 385 с.
4. Бланк И.А. Управление прибылью. К.: Ника Центр, Эльга, 2007. 602 с.
5. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства. К.: КНЕУ, 2001. 457 с.

*Федотова Т. А. , к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та МЕВ,
Литвін А.В., бакалавр,
студентка кафедри економіки та МЕВ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
ім. Михайла Туган-Барановського
feduy@ukr.net*

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИБОРУ ІНВЕСТОРА ЩОДО ПРАКТИЧНОГО ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЮ ЦІННИХ ПАПЕРІВ НА ПРИКЛАДІ АКЦІЙ УКРНАФТИ (UNAF)

На сьогоднішній день вивчення цінних паперів посідає значне місце в вивченні фундаментального ринку. Фундаментальний ринок функціонує у спрямованні на створення в Україні концентрованого ринку цінних паперів. В українській економіці, без функціонування фондового ринку неможливе у подальшому проведенні ринкових реформ, які посідають місце у забезпеченні реалізації в національних інтересів України, яка зміцнює економічного суверенітету.

До науковців, які аналізують поведінку цінних паперів на фундаментальному ринку відносяться такі, як: С. Бірюк, О. Мозговий, М. Гапонюк, М. Гольцберг, І. Школьник, В. Лісовий, Ю. Коваленко, О. Прімерова, В. Шелудько та інші.

Цінні папери - грошові документи, що засвідчують право володіння або відносини позики, визначають взаємовідносини між особою, яка їх випустила, та їх власником і передбачають, як правило, виплату доходу у вигляді дивідендів або процентів, а також можливість передачі грошових та інших прав, що впливають з цих документів, іншим особам [1].

Ринок цінних паперів являється посередником між грошовими та функціонуючими капіталами, також впливає на інвестування, який заважає у розвитку в економіці.

В Україні торги проводяться на біржах: Українській фондовій біржі; Київській міжнародній фондовій біржі; Придніпровській фондовій біржі; Українській міжбанківській валютній біржі (на фондовій секції) [2].

Фундаментальний аналіз - це прогнозування ціни на основі аналізу економіки в цілому, попиту та пропозиції, стану ринку, конкуренції тощо [3].

Для більш доброго розуміння, що таке фундаментальний аналіз та портфель цінних паперів проведемо аналіз за результатами функціонування українських бірж. Для цього скористаємось даними з Української фондової біржі та виберемо 4 цінних паперів за закритою ціною, а саме: UNAF (Укрнафта), BAVL (Райффайзен Банк), SEEN (Центренерго), МНРС (МНР SE) за 20 періодів. Після формулювання пакету цінних паперів як об'єктів аналізу, проведемо розрахунки дохідності по кожному ринку.

Дохідність досліджуваних цінних паперів за закритою ціною становить: UNAF (Укрнафта) 2,24%, BAVL (Райффайзен Банк) 0,08%, SEEN (Центренерго) -1,25%, МНРС (МНР SE) 0,12%.

Далі проведемо розрахунок ризику цінних паперів за закритою ціною: UNAF (Укрнафта) 10,47%, BAVL (Райффайзен Банк) 3,92%, SEEN (Центренерго) 9,52%, МНРС (МНР SE) 4,21%.

Отже, з чотирьох акцій є дохідними UNAF (Укрнафта), BAVL (Райффайзен Банк), МНРС (МНР SE), збитковим є SEEN (Центренерго). З трьох дохідних цінних паперів сформуємо портфель цінних паперів, для якого визначимо точки їх оптимальних поєднань.

З оптимальних портфельних поєднань, які можна побачити на рисунку 1, ми обираємо оптимальні з найвищою дохідністю.

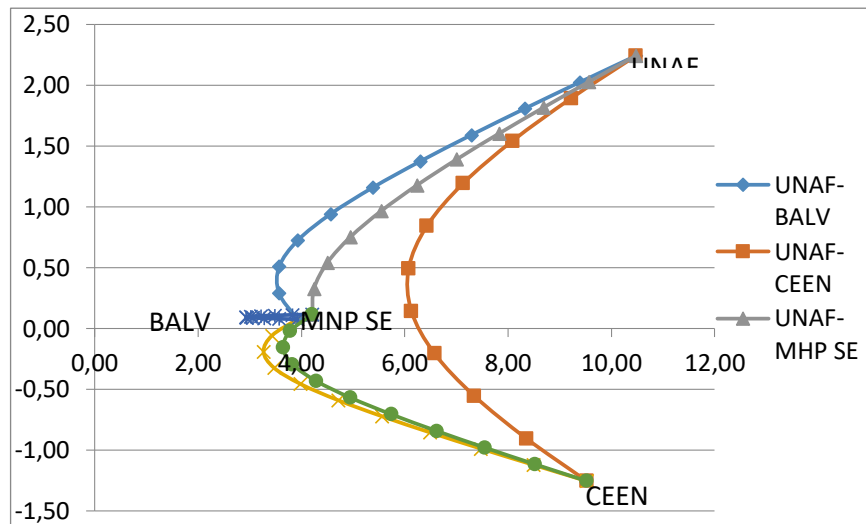


Рис. 1. Криві портфелю за попарним поєднанням цінних паперів

З оптимальних портфелів цінних паперів, які ми бачимо на рисунку 1, обрано найоптимальніші цінні папери, що мають найбільшу дохідність:

1. Акції UNAF (Укрнафта) та BAVL (Райффайзен Банк) з частками участі у портфелі 20% та 80% відповідно.
2. Акції UNAF (Укрнафта) та МНРС (МНР SE) з частками участі у портфелі 10% та 90% відповідно.
3. Акції BAVL (Райффайзен Банк) та МНРС (МНР SE) з частками участі у портфелі 50% та 50% відповідно.

Після цього ми можемо сформулювати таблицю 1 оптимальних цінних паперів для потенційних інвесторів за допомогою критеріїв дохідності, ризиків та їх поєднанням.

Таблиця 1

Оптимальний портфель цінних паперів

Емітент	Оптимальний обсяг акції в портфелі, %	Дохідність акції в портфелі	Ризик акції в портфелі	σ
UNAF	51%	2,24	10,47	3,57
BAVL	33%	0,08	3,92	4,24
МНРС	10%	0,12	4,21	2,92

Отже, за даними таблиці 1 та результатами аналізу, можна визначити, що оптимальний портфель складається з трьох емітентів: UNAF (Укрнафта), BAVL (Райффайзен Банк), МНРС (МНР SE). Побудований оптимальний портфель за даними українського ринку цінних паперів, акцій найкращих українських підприємств під час венного стану та кризи має дохідність 0,31%, ризик 2,99%.

Список використаної літератури

1. "Про цінні папери і фондову біржу" [Електронний ресурс] // Верховна Рада України; Законом України від 03.06.99 р. N 719-XIV – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/T120100?an=47266> (дата звернення: 19.11.2022).
2. Про цінні папери та фондовий ринок [Електронний ресурс] // Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/ed20060223#Text> (дата звернення: 19.11.2022).
3. Фундаментальний та технічний аналіз – як це працює [Електронний ресурс] // Вікі - Режим доступу до ресурсу: <https://fibi.tech/wiki/fundamentalnij-ta-tehnichnij-analiz-yak-ce-pracuє> (дата звернення: 19.11.2022).

*Лозовська А.А., студентка
Вінницький транспортний фаховий коледж
nastal19832@gmail.com
Мусій О.В., викладач
Вінницький транспортний фаховий коледж*

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Особливе місце в процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємств займають конкурентні переваги. Багато досліджень свідчать про те, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства представляється як процес формування конкурентних переваг підприємства та подолання його конкурентних слабкостей [1].

Поняття «конкурентна перевага» і «конкурентоспроможність» мають різні інтерпретації залежно від об'єкта, до якого вони застосовуються. При системному вивченні цих понять виділяють ієрархічну структуру, що послідовно включає оцінку товару, підприємства, галузі, економіки з точки зору їх переваги над аналогічними конкуруючими об'єктами (рис. 1.1) [3].

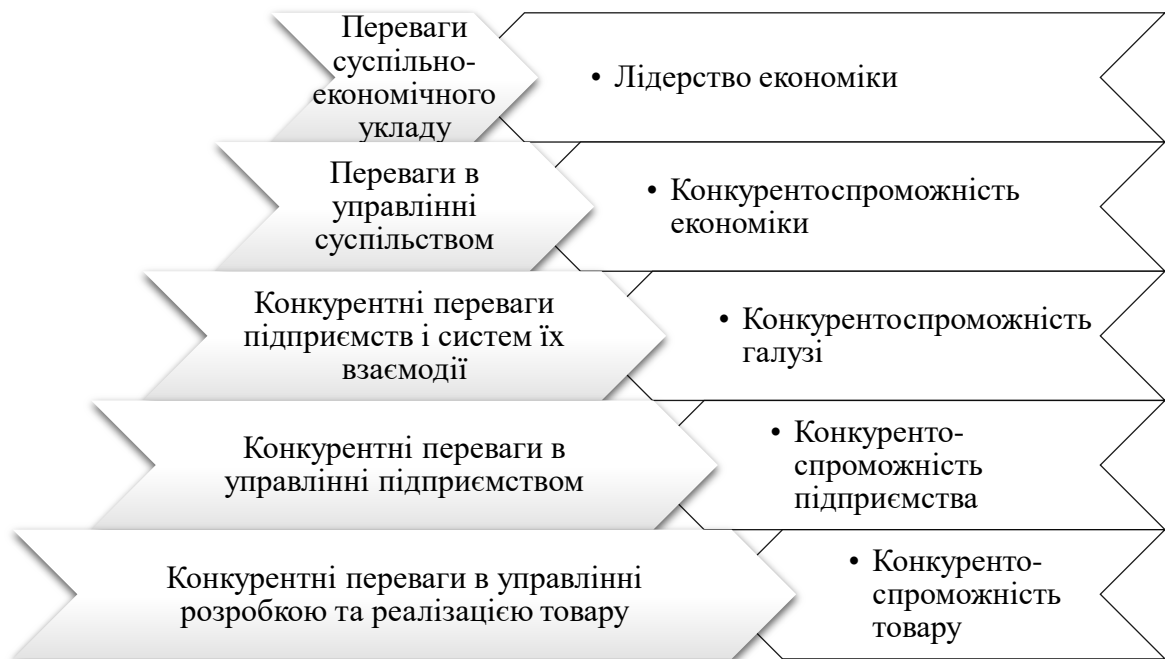


Рис.1.1 Піраміда конкурентних переваг та конкурентоспроможності

Джерело: [3]

Під конкурентними перевагами, з точки зору економіки підприємства, розуміють результати зниження собівартості, впровадження інновацій, більш високої продуктивності праці, більш високого рівня кваліфікації персоналу, якості виробів.

З точки зору менеджменту, конкурентні переваги є результатом прийняття правильних управлінських рішень, раціональної організації виробництва, застосування ефективних методів стратегічного і тактичного планування, підвищення мотивації персоналу та контролю [3].

Конкурентні переваги підприємства – це можливості підприємства, характеристики виробничої, фінансової, маркетингової та іншої його діяльності, що дозволяють підприємству в умовах конкурентної боротьби реалізувати свої економічні інтереси з більшим ступенем ефективності, ніж його конкуренти [2].

Прийняття управлінського рішення щодо формування нових конкурентних переваг відбувається у процесі моніторингу конкурентних переваг, коли виникає необхідність перекривання застарілих конкурентних переваг і тих, що перебувають на стадії спаду, новими,

більш ефективними і стійкими та виявлення можливих нових конкурентних переваг з урахуванням попиту та умов функціонування ринку. Порядок формування нових конкурентних переваг наведено на рис. 1.2 [3].

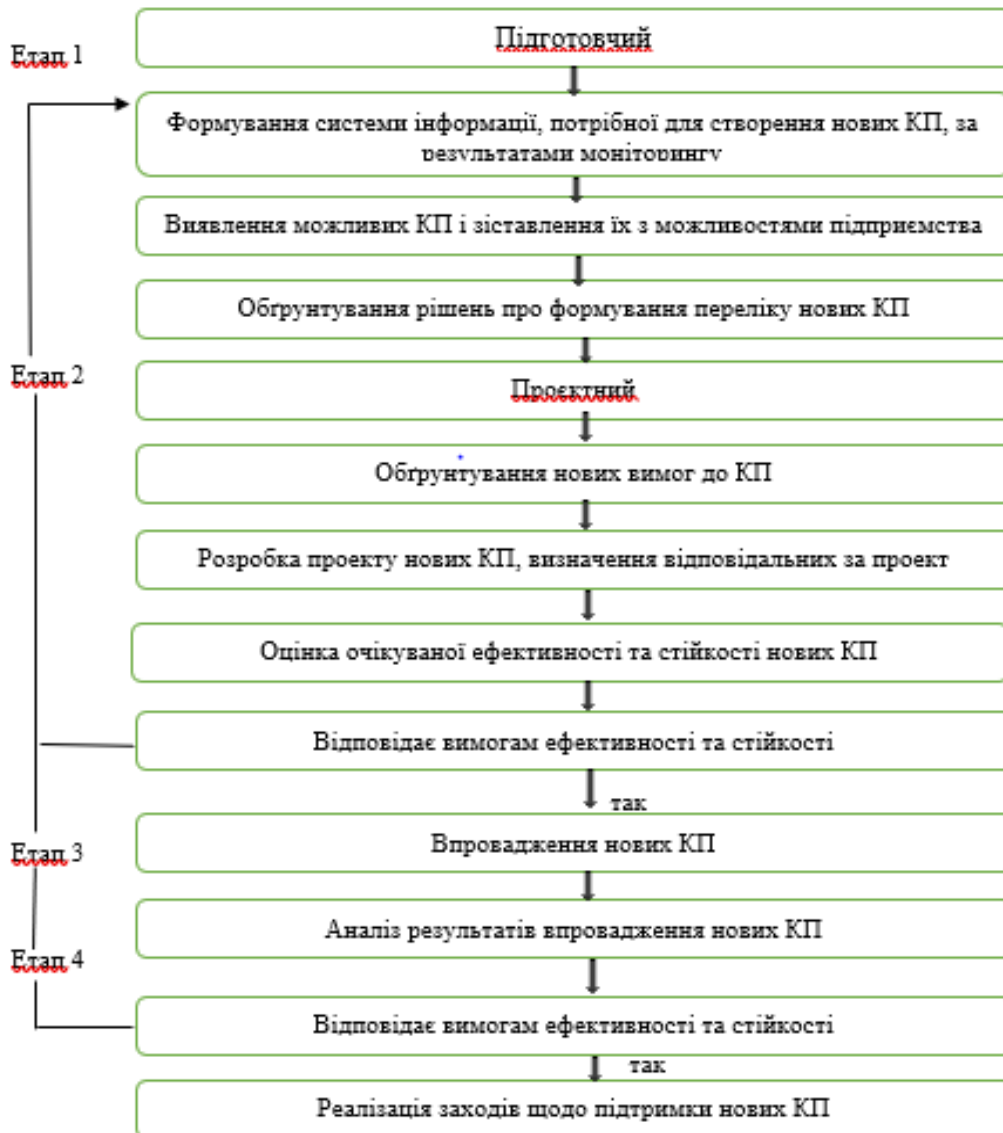


Рис.1.2 Послідовність етапів стратегії формування конкурентних переваг

Динамічність конкурентних переваг вимагає постійного відстеження тенденцій їх розвитку і систематичної розробки комплексних заходів по підтримці й розвитку наявних, формуванню нових конкурентних переваг фірми [2].

Таким чином, конкурентні переваги - переваги підприємства над конкурентами в економічній, управлінській та технічній діяльності, що пов'язані з виробництвом, збутом і сервісним обслуговуванням. Конкурентні переваги дозволяють керівництву підприємства з'ясувати головні шляхи й чинники підвищення конкурентоздатності, вибрати оптимальну стратегію боротьби з головними конкурентами в галузі й поза нею.

Список використаної літератури

1. Войчак А. В. Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація *Маркетинг в Україні*. 2005. №2 (30). С. 50–53.
2. Гончаров Ю. В., Куппер О.П. Управління конкурентними перевагами підприємства

Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопіль: ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2017. Т.27. № 1. С. 178-181

3. Дегтярьова І. О. Конкурентоспроможність регіону: стратегічні пріоритети та механізми державного управління : монографія ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. К.: НАДУ, 2012. 367 с.

4. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

*Мельник К.А., магістрант кафедри
управління фінансами, облікової аналітики та моніторингу бізнесу
Український державний університет науки і технологій
Сітнікова І.А., магістрант кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія
vkprohkorova@gmail.com*

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з результуючих показників діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, в тому числі й промислового підприємства, є прибуток. Цей показник характеризує діяльність підприємства з різних сторін, а саме:

- 1) відображаючи основну (виробничу) діяльність підприємства, свідчить про потенційні можливості розширення виробництва і забезпечення інших потреб підприємства;
- 2) фінансова діяльність характеризує співвідношення із контрагентами підприємства;
- 3) інвестиційна діяльність – про потенційні можливості підприємства його, як з точки зору інвестора, так й інвестиційної привабливості задля подальшого розвитку.

Зростання прибутку означає збільшення потенційних можливостей підприємства, підвищення ступеня його ділової активності. За прибутком визначається доля доходів власників підприємств, розміри дивідендів акціонерів та інших доходів. Прибуток визначає також рентабельність капіталу, впливає на вартість усього підприємства загалом.

Різне значення прибутку посилюється з переходом держави до ринкових умов господарювання. Підприємства недержавної форми власності, отримавши фінансову самостійність і незалежність, мають право самостійно визначати напрями використання прибутку після сплати обов'язкових платежів та відрахувань. Прибуток є джерелом забезпечення як внутрішньогосподарських потреб підприємств, так і джерелом формування бюджетних ресурсів держави. Тому успішна, прибуткова діяльність підприємств основа економічного розвитку держави.

Провівши аналіз з питання визначення поняття «прибуток» підприємства, його ознак, факторів впливу, методів та інструментів управління ним, дійшли до необхідності класифікувати прибуток підприємства за різними економічними ознаками (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація прибутку підприємства

Ознака класифікації	Види прибутку	Зміст
За джерелами формування	прибуток від реалізації продукції	Від основного виду діяльності підприємства, безпосередньо пов'язаний з галузевою специфікою його діяльності
	прибуток від реалізації майна	дохід від продажу зношених або невикористовуваних видів ОФ і НМА, а також зайво закуплених раніше запасів сировини, матеріалів і деяких видів матеріальних

Ознака класифікації	Види прибутку	Зміст
		цінностей, зменшеної на суму витрат, понесених підприємством у процесі забезпечення їх реалізації
	прибуток від позареалізаційних операцій	доходи від пайової участі даного підприємства в інших підприємствах, доходи від облігацій, акцій та інших цінних паперів (у вигляді суми відсотків і дивідендів), доходи за депозитними вкладками підприємства в банках, отримані штрафи, пені, неустойки
За складом елементів, що формують прибуток (за ступенем очищення)	фінансовий результат від звичайної діяльності	визначається як різниця між сумою прибутку від звичайної діяльності до оподаткування та сумою податків на прибуток
	валовий прибуток	чистий дохід від операційної діяльності за винятком всіх операційних витрат
	маржинальний дохід (прибуток)	характеризує суму коштів, необхідну для покриття постійних витрат, ПДВ, акцій і отримання достатньої суми чистого прибутку
	чистий прибуток	характеризує суму прибутку від звичайної діяльності, зменшену на суму податкових платежів за рахунок прибутку
	нерозподілений прибуток	залишається в розпорядженні підприємства невикористана частина прибутку, яка призначена для капіталізації, тобто для реінвестування у виробництво (резерв власних фінансових ресурсів)
За характером оподаткування	оподатковуваний прибуток	визначається шляхом зменшення суми скоригованого валового доходу на суму валових витрат та амортизаційних відхилень
	неоподатковуваний податком прибуток	частина прибутку, що не підлягає оподаткуванню, яка регулюється законом
За характером інфляційної "очистки" прибутку	номінальний прибуток	формується підприємством постійно
	реальний прибуток	скоригований на темп інфляції
По регулярності формування	регулярний прибуток	формується підприємством постійно
	надзвичайний прибуток	характеризує незвичайний або дуже рідкісний для даного підприємства джерело формування (продаж філії), від форс-мажорних обставин
За характером використання чистого прибутку	капіталізований прибуток	спрямований на фінансування приросту активів підприємства або на здійснення будь-якої діяльності, проведення господарських операцій, випуску конкретних видів продукції
	спожитий	та частина прибутку, яка витрачена на соціальні виплати, виплати дивідендів або відсотків, преміювання та інші виплати персоналу підприємства

Така класифікація фінансових результатів діяльності підприємства відіграє важливу роль при розрахунку показників прибутковості (рентабельності) підприємства.

Ураховуючи різноманітні підходи та методи до визначення поняття прибутку, можна виділити такі його основні риси: прибуток є результатом діяльності підприємства за певну дату від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності; прибуток (чистий прибуток) підприємства – це та частина, яка залишається у підприємства після всіх відрахувань; прибуток є вартісним показником, вираженим у грошовій формі.

Аналіз прибутку являє собою процес дослідження умов і результатів його формування та використання з метою виявлення резервів подальшого підвищення ефективності управління ним на підприємстві (рис. 1).

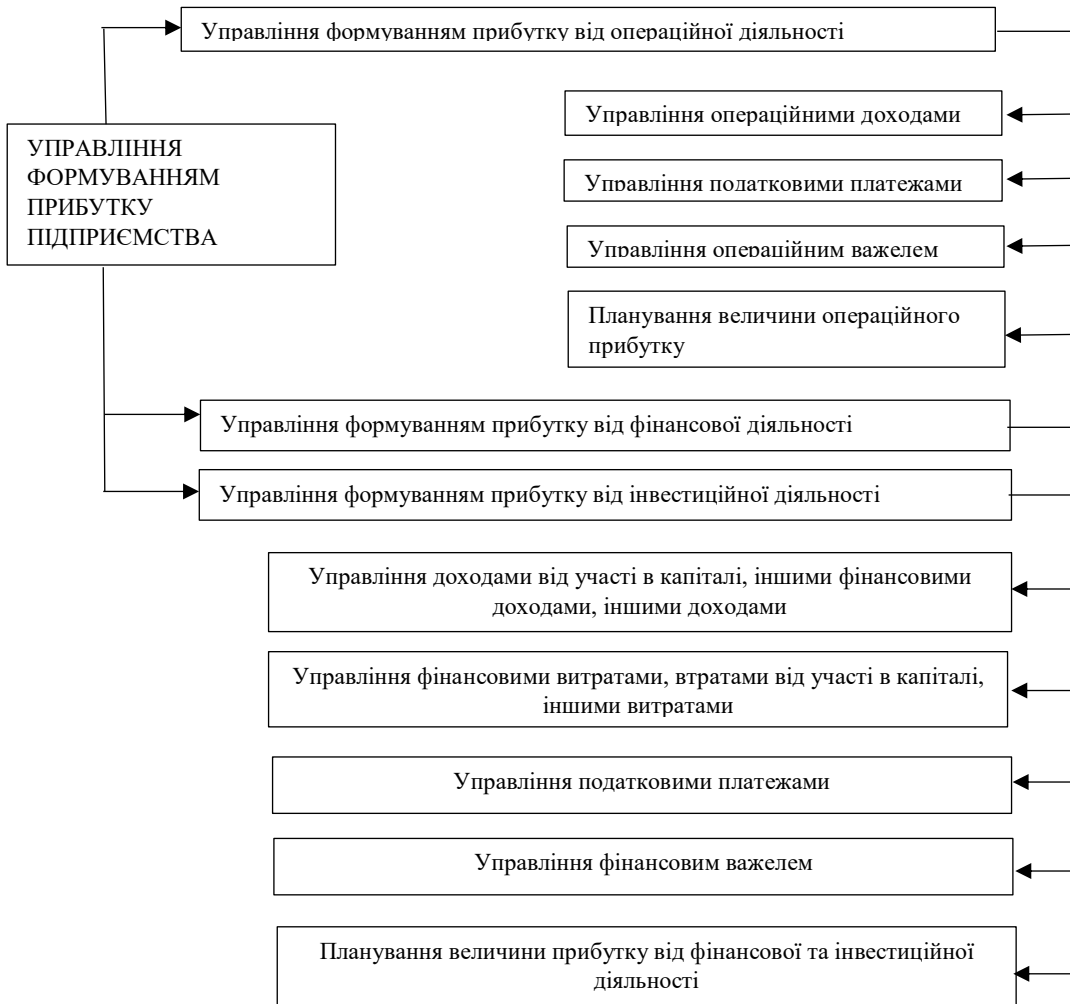


Рис. 1 – Схема управління формуванням прибутку підприємства

Управляти формуванням прибутку означає управляти обсягом реалізації продукції, тобто кількістю та ціною продукції, здійснювати діяльність з найменшими витратами [5].

Таким чином, управління формуванням прибутку підприємства являє собою безперервний процес, що містить у собі комплекс відповідних дій стосовно забезпечення взаємоузгодженості між доходами та витратами підприємства задля одержання позитивного сальдо за рахунок використання різноманітних технологій та ресурсів та застосування методів, способів і прийомів управління ними [6].

Список використаної літератури

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Мардус Н.Ю. Теоретичні і методичні підходи до визначення фінансового результату в обліку і аудиті / Н.Ю. Мардус, К.Ю. Корсунова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 8. – С. 873–875.

4. Кудренко Н. В. Формування і розподіл прибутку / Н. В. Кудренко, Д. І. Маслюченко. // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2017. – №20. – С. 983.

5. Іванюк Т.Ю. Теоретичні засади управління прибутком підприємства/ Т.Ю. Іванюк, Г.Ю. Ткачук. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/7793/1/Іванюк.pdf>.

6. Кривицька О.Р. Формування прибутку підприємств у ринкових умовах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / О.Р. Кривицька. – Тернопіль, 2010. – 20 с.

*Михайленко О.Г.,
канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри міжнародної економіки та світових фінансів,
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара
alena270275@gmail.com
Муратгазієва Ф.Р., студентка,
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара*

СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Сучасне страхування зазнало значних змін з 24 лютого 2022 року. Саме тоді Указом президента України «Про введення воєнного стану» №64/2022 від 24 лютого 2022 року в Україні було введено воєнний стан [1].

В разі настання страхового випадку під час воєнного стану, страховики не звільняються від виконання своїх зобов'язань. Більшість страхових компаній під час воєнного стану організували роботу таким чином, що евакуювали співробітників у безпечніші місця, забезпечивши віддалену роботу персоналу, збереження технічних засобів та бази даних. Це підтверджують результати опитування Національним банком України страхових компаній у березні 2022 року. Водночас страховики також стикаються з серйозними проблемами.

Відбулися зміни у складі учасників страхового ринку. Станом на 01.09.2022 в Державному реєстрі фінансових угод (ДРФУ) обліковувалося 140 страховиків, з них 13 – компанії зі страхування життя. Усі страховики в ДРФУ є ліцензіатами. У січні-лютому 2022 року з ДРФУ виключені 10 страховиків — не ліцензіатів, які були зареєстровані в зоні ООС та АР Крим, а також 1 страховик – після анулювання йому ліцензій. З початку військової агресії страховий ринок зменшився на 5 учасників сегмента non-life:

- 3 страховики – після анулювання ліцензій (як захід впливу);
- 1 страховик – після анулювання ліцензій за заявою;
- 1 страховик, який був у січні 2022 року включений до ДРФУ, проте так і не отримав жодної ліцензії на здійснення страхової діяльності.

Станом на 22.09.2022 року у 3 страховиків тимчасово припинено ліцензії на здійснення страхової діяльності, 1 страховику анульовано ліцензії. Фінансова спроможність страховиків у воєнний час прямо залежить від якості та структури її активів і запасу капіталу у довоєнний період. Водночас результати опитування НБУ показали, що усі компанії потерпають від військових дій на території України. Так, суттєво знизилася обсяги продажів, особливо через роздрібні канали, є багато запитів від клієнтів на відтермінування чергових платежів та розірвання договорів страхування. Крім того, у I кварталі 2022 року скоротилися надходження страхових премій за ризиковими видами страхування порівняно з показниками рік тому. Водночас знизилася страхові виплати та адміністративні витрати ризикових страховиків, що дало змогу утримати показники операційної ефективності та підвищити прибутковість. Страховики життя зберегли торішні обсяги страхових премій та прибутковість.

У зв'язку з переміщенням, тимчасовим захопленням територій, фізичним знищенням об'єктів нерухомості скорочується кількість центрів обслуговування клієнтів страховиків.

Проблемними є організація врегулювання страхових випадків у регіонах, де ведуться бойові дії, проведення оглядів транспортних засобів, отримання та належне оформлення оригіналів документів для подання страховику з метою отримання страхової виплати, виклик поліції на місце ДТП.

Станом на 01.09.2022 на страховому ринку працює 13 компаній зі страхування життя. Всі вони здійснюють діяльність, обслуговують клієнтів і сплачують страхові внески. Водночас страхові компанії повідомляють про значне скорочення виплат та обмеження діяльності компаній (рис. 1).

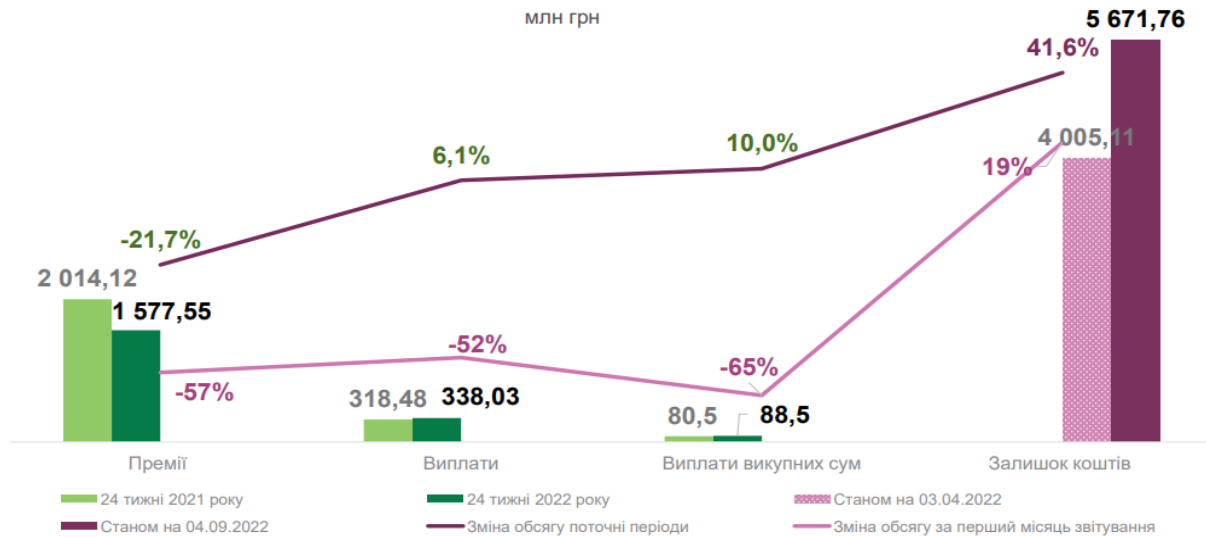


Рис. 1. Загальні зміни обсягів діяльності (21.03.2022-04.09.2022) LIFE [2]

Протягом квітня-червня ринок страхування життя демонструє відновлення показників діяльності: як у страхових преміях (-21% у порівнянні із початком війни (-57%)), так і у страхових виплатах, де відбувається вихід на обсяги аналогічного періоду попереднього року (-52% та -65% проти +6,1% та 10,0% у страхових виплатах та виплатах викупних сум відповідно). Під час дії воєнного стану компанії зі страхування життя накопичують ліквідність, одночасно інвестуючи у військові облігації. Страхові компанії, що отримали страхові премії та здійснили виплатили з страхування життя своїм клієнтам у першому півріччі 2022 році це: МетЛайф, ТАС, ARX LIFE, PZU Україна страхування життя, УНІКА ЖИТТЯ. Наприклад, страхова компанія МетЛайф за підсумками шести місяців 2022 року здійснила виплати клієнтам на загальну суму 142 млн грн., з них 1 млн 110 тис. грн склали виплати клієнтам компанії, коли воєнні дії призвели їх до смерті або травмування. Станом на початок 2022 року послугами компанії користувалися понад мільйон клієнтів [4].

Відповідно до показників страхового ринку non-life можна зауважити відновлення показників діяльності у порівнянні із першим шокним місяцем війни, поступово налагоджуючи операційні та управлінські процеси, скорочуючи просідання показників (рис. 2).

В середньому показники страхового ринку non-life на протязі 1 півріччя скоротилися на 25% у порівнянні із 40-50% у першій місяці військової агресії, при цьому падіння обсягів страхових виплат залишається співмірним (-26%). Найбільший спад обсягів діяльності припав на кінець I кварталу 2022 року. У II кварталі падіння продовжилось, але воно було менш стрімким – страховики змогли організувати та налагодити роботу в умовах воєнного стану.

Підтримка обсягів страхової діяльності забезпечується переважно шляхом автотранспортного страхування: «Зелена картка», ОСЦПВ, КАСКО та медичного страхування (корпоративний сегмент). Страхові премії знизилися за більшістю видів страхування, найсуттєвіше – страхування майна, вантажів та фінансових ризиків. В автострахованні скоротилося надходження премій з КАСКО. За перший місяць війни в Україні зареєстрували

всього 546 нових легкових авто – це у 16,5 разів менше, ніж у аналогічний період 2021 року. За попередніми оцінками експертів, через бойові дії в Україні безповоротно втрачено близько 500 тисяч авто. Ще близько 300 тисяч покинуло території України. Загалом близько 1 млн машин вибуло з активної частини автопарку України. Потерпілі від війни власники автівок, які були застраховані по КАСКО, страхові виплати за знищення авто не отримують, у зв'язку з виключенням військових ризиків зі страхового покриття [4].

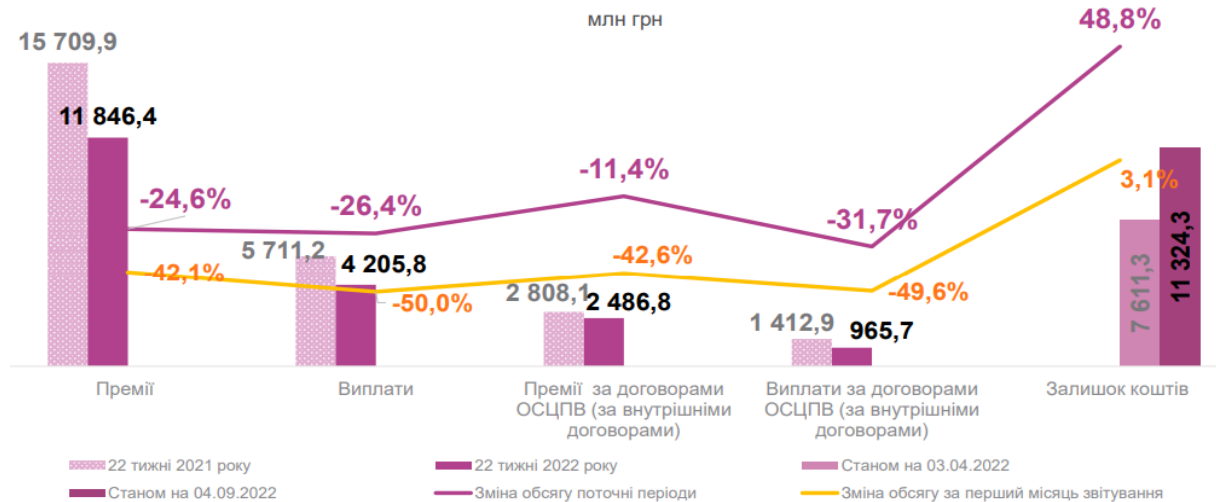


Рис. 2. Загальні зміни обсягів діяльності (21.03-04.09.2022) NON-LIFE [2]

На противагу зросли страхові премії «Зеленої картки», що пов'язано з виїздом значної кількості громадян із України через війну. Страхові премії за договорами міжнародного страхування «Зелена картка» в Україні у січні-липні 2022 року збільшились у 2,15 разів порівняно з аналогічним періодом 2021 року до 2 млрд. грн. Кількість укладених договорів «Зелена картка», укладених членами Моторного (транспортного) страхового бюро України, за цей період зросла у 2,15 рази до 881,4 тис. шт. [2].

На сьогодні медичне страхування, для українців, є важливим видом страхування, який гарантує громадянам у разі виникнення страхового випадку отримання медичної допомоги та фінансування профілактичних заходів. Але тисячі українських біженців втратили право на медичне страхування в Чехії, яке оплачувалося за рахунок держави. Через 150 днів після надання статусу тимчасового захисту в Чеській Республіці усі біженці віком від 18 до 65 років втратили право на безплатне медичне страхування. Хто оплачуватиме поліс, повинен повідомити страхову компанію протягом восьми днів після закінчення строку попередньої оплати. Але, українці, які знайшли прихисток у Польщі, отримали доступ до медичної допомоги на рівні з її громадянами. Надання медичної допомоги для українців в Польщі безоплатне. Для того щоб отримати безоплатну допомогу слід зареєструватися на території польської держави: отримати статус біженця чи статус тимчасового захисту, а також аналог українського ідентифікаційного номеру – PESEL [3,4].

Загальний обсяг активів українських страховиків порівняно з початком року (до військової агресії) майже не змінився (+2,2%) і становив 65,7 млрд грн. При цьому, з 01.01.2022 по 01.07.2022 кількість страховиків скоротилася – з 155 до 140. Протягом дії воєнного стану страховики те тільки не зменшили, але і наростили обсяги ліквідних активів – з 14,9 млрд. грн. до 17,2 млрд. грн (+15%). Приріст відбувся переважно за рахунок збільшення обсягів коштів, розміщених у банках іноземних банківських груп з 5,1 млрд. грн. до 7,7 млрд. грн. (+51%) [4].

Отже, страховики були прибутковими за результатами I кварталу 2022 року. Фінансовий результат ризикових страховиків, перевершив значення за відповідний період 2021р. попри майже незмінні показники операційної ефективності. Цьому сприяло помітне зменшення інших витрат, як витрати на оренду та обслуговування офісного приміщення, оплата

комунальних послуг. Прибуток страховиків життя збільшився незначно, а рентабельність активів залишилася на минулорічному рівні.

Список використаної літератури

1. Указ президента України «Про введення воєнного стану» [Електронний ресурс]; Закон від 24 лютого 2022 року №64/2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> (дата звернення 23.10.2022)
2. Огляд страхового ринку України за I півріччя 2022 року [Електронний ресурс] // Департамент нагляду за ринком небанківських фінансових послуг. – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/oglyad-strahovogo-rinku-ukrayini-za-i-pivrichchya-2022-roku> (дата звернення 21.10.2022)
3. Огляд небанківського фінансового сектору [Електронний ресурс] // Національний банк України. – Режим доступу до ресурсу: <https://forinsurer.com/files/file00727.pdf> (дата звернення 20.10.2022)
4. Журнал Forinsurer (Форіншурер) [Електронний ресурс] // <https://forinsurer.com/ratings/nonlife>, <https://forinsurer.com/theme/19> (дата звернення 23.10.2022)
5. Страховка для виїзду за кордон «Зелена карта». Режим доступу до ресурсу: <https://avtocivilka.net.ua/uk/zelena-karta-strakhovka-avto-dlya-vyyizdu-za-kordon-onlayn.html>

*Михайленко О.Г.,
канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри міжнародної економіки та світових фінансів,
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара
alena270275@gmail.com
Тройникова Н.Д., студентка
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара
Troynikovanata26@gmail.com*

СУЧАСНИЙ СТАН СТРАХУВАННЯ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ

В Україні, як і в інших країнах, є два основних види страхування автотранспорту: добровільне страхування - КАСКО і ОСАЦВ (обов'язкове страхування автоцивільної відповідальності). КАСКО захищає ваше транспортний засіб від ризиків ДТП, аж до тотального знищення автомобіля, його крадіжки, пожежі або нанесення будь-якої шкоди третіми особами або природою, погодою і т.д. Відшкодування виплачує страхова компанія, з якою був укладений договір. Основний плюс цього виду страхування - можливість повернути витрачені кошти як за автомобіль в цілому, так і за окремі його пошкоджені фрагменти. Мінус - таке задоволення коштує не дешево і залежить від набору передбачуваних ризиків. Найбільші страхові компанії, що отримали страхові премії та здійснили виплатили з страхування КАСКО своїм клієнтам у першому півріччі 2022 році це: ARX, Арсенал страхування, УСГ, ТАС СГ, Універсальна, ВУСО, Експрес страхування, PZU Україна, Віді страхування, Княжа [1].

ОСАЦВ, на відміну, від КАСКО, є обов'язковою страховкою оскільки регулюється окремим законом. Без її наявності не можна здійснювати дорожній рух, поліс реєструється в єдиному реєстрі Моторного (транспортного) страхового бюро України та перевіряється партульної поліцією. За його відсутність держава передбачила штрафи. Цією страховкою ви захищаєте себе від можливого нанесення шкоди здоров'ю і майну інших учасників дорожнього руху, будь то атотранспорт, велосипедист, пішохід і т.д. Тобто за вас їм виплатить страхова компанія, з якою ви уклали договір. Вартість страховки не велика і, як кажуть страховики, складає трохи більше каністри бензину. Ціна на ОСАЦВ складається з базового тарифу, який

складає 180 грн. та коефіцієнтів кожен з яких відповідає за свій напрямок і його застосування залежить від індивідуальних особливостей. А саме від місця проживання автовласника, типу автотранспортного засобу, обсяг двигуна, чи є автовласник фізичною або юридичною особою, причому для юросіб коефіцієнт нижче, стаж водіння - чим він більший, тим поліс дешевше, термін дії поліса й відсутність страхових випадків [3]. У 2022 році мінімальна вартість поліса ОСАЦВ в Україні для легкового автомобіля становить 432 грн, якщо його власник зареєстрований у населеному пункті до 100 тис. чоловік. Для власника автотранспорту, поставленого на облік в Києві страховка, в середньому, обійдеться в 1382 грн. [6].

В Україні гарантом виплат з обов'язкового страхування автоцивільної відповідальності є Моторне (транспортне) страхове бюро України (МТСБУ) – це об'єднання страховиків України, що здійснюють страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. На сьогодні 41 страхова компанія є членами МТСБУ. З 1 липня НБУ за поданням МТСБУ прийняв рішення щодо збільшення страхових сум: до 160 тис. грн. на одного потерпілого за шкоду, заподіяну майну потерпілих (до змін ця сума становила 130 тис. грн.); до 320 тис. грн. на одного потерпілого за шкоду, заподіяну життю та здоров'ю потерпілих (до змін ця сума становила 260 тис. грн.). Також до 80 000 гривень був підвищений ліміт виплат при врегулюванні страхових подій, оформлених без виклику поліції на місце дорожньо-транспортної пригоди, з використанням «європротоколу» (до змін ця сума становила 50 тис. грн). Підвищення максимального розміру таких виплат дасть змогу більшій кількості постраждалих оформити дорожньо-транспортну пригоду та отримати страхову виплату без необхідності викликати на місце аварії представників Національної поліції, часто залучених до оборони країни під час дії воєнного стану [1].

Ринок ОСЦАВ в Україні за січень - червень 2022 року скоротився за обсягом премій на 13,4% до 2,9 млрд грн., страхові компанії учасники МТСБУ уклали на 28,1% менше договорів ОСЦАВ, ніж за аналогічний період минулого року. Страхові компанії зі страхування ОСАЦВ, які найбільше отримали страхових премій та здійснили виплатили своїм клієнтам у першому півріччі 2022 році це: ТАС СГ, Оранта, Княжа, РЗУ Україна, ВУСО, УСГ, Гардіан, Арсенал страхування, ЄВРОІНС Україна, АЛЬФА-ГАРАНТ, АРХ [1].

За даними ООН, у період з 24 лютого до кінця травня з України виїхало понад 6,5 млн. осіб, які стали вимушеними переселенцями. Багато хто з них залишав країну на своїх автомобілях, оскільки повітряне сполучення було закрито, а добиратися поїздом було проблематично і навіть небезпечно. У мирний час для виїзду на авто за межі України до країн Європи обов'язково потрібно було придбати поліс «Зеленої карти». Після початку бойових дій митники перестали вимагати «Зелену карту». Автомобілісти могли без проблем виїхати з країни та заїхати до сусідів без страховки. Зокрема, Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія та Молдова офіційно погодилися заплющити очі на відсутність «Зеленої карти» у біженців з України [2].

Зелена карта - це міжнародна угода між країнами-членами цієї угоди, про взаємне визнання полісів страхування відповідальності водіїв перед третіми особами на території країн-учасниць цієї угоди. Завдяки цієї угоди, якщо є поліс зелена карта, то відповідальність перед третіми особами, як водія, застрахована в усіх країнах, які входять в систему «Зелена карта». «Зелена карта» – це міжнародний аналог автоцивілки. Якщо водій вчинив ДТП в Україні – діє внутрішнє ОСАЦВ. Якщо аварія сталася в іншій країні – виплата відбувається в рамках «зеленої карти» [5].

На сьогодні учасниками системи вже є більше 40 країн. Серед них: Австрія, Бельгія, Болгарія, Кіпр, Чехія, Німеччина, Данія, Іспанія, Естонія, Франція, Фінляндія, Великобританія, Греція, Угорщина, Хорватія, Італія, Ірландія, Ісландія, Люксембург, Литва, Латвія, Мальта, Норвегія, Нідерланди, Португалія, Польща, Румунія, Швеція, Словаччина, Словенія, Швейцарія, Албанія, Андорра, Азербайджан, Боснія і Герцеговина, Білорусь, Ізраїль, Іран, Марокко, Молдова, Чорногорія, Сербія, Туніс, Туреччина і звичайно ж Україна (для іноземців які приїжджають в Україну). Втім, якщо українець разом зі своїм авто

знаходиться десь у Західній Європі тривалий час, йому зовсім необов'язково оформляти цей поліс. Можна вибрати страхування автоцивілки на території конкретної країни. Тобто, такий самий аналог українського ОСАЦВ, але тільки для Польщі чи, скажімо, Чехії [4].

Система міжнародного страхування автомобілів «Зелена карта» була прийнята в 1949 році на лондонській конференції по страхуванню, згідно рекомендацій Підкомітету по дорожньому транспорту Європейської економічної комісії ООН, тоді ж була заснована і Рада Бюро. Основна мета - створити систему для захисту інтересів потерпілих від транзитного транспорту в іншій країні та інтереси власників такого транспорту. У 1951 на перших зборах Ради Бюро були прийняті єдині стандарти для Зеленої карти і схвалена модель угоди між країнами-учасниками. Дана угода набула чинності 1 січня 1953 року, згідно з чим, поліс Зеленої карти, виданий в будь-якій країні-учасниці системи, діє на території всіх країн учасниць. Штаб-квартира Ради Бюро розташовується в Брюсселі з 2006 року.

У 1997 році, однією з перших на пострадянському просторі, в слід за Естонією, до системи Зелена карта приєдналася Україна. Членство Національного Бюро України було активізовано в 1998 році. 27 травня 2004 року під час засіданні 38-ї Генеральної Асамблеї Ради Бюро, Україні було надано статус «повного члена» в системі міжнародного страхування «Зелена карта», починаючи з 01 січня 2005р.

В Україні здійснювати міжнародне страхування «Зелена карта», можуть тільки страхові компанії, зі статусом повного члена МТСБУ. З 01 березня 2014 року всі договори по системі «Зелена карта» укладаються і вводяться через підсистему «Green Card online» на сайті МТСБУ. Після внесення договору в підсистему, йому автоматично присвоюється контрольний код, який наноситься в правому нижньому кутку поліса. Оформлення здійснюється тільки при наявності доступу в інтернет (онлайн страхування). Завдяки цьому виключається фальсифікація та підробка таких договорів, і дає можливість перевірити онлайн справжність свого договору страхування через портал МТСБУ [7].

Тарифи у європейських страхових компаній дуже відрізняються від тих, що діють в Україні. І придбання локального полісу автоцивілки може зашкодити бюджету. У Польщі один місяць страхування коштуватиме 40 євро, а цілий рік – 400 євро, у Німеччині поліс на місяць коштуватиме 150 євро, на рік – мінімум 900 євро.

Взагалі страхування цивільної відповідальності – обов'язкове згідно із законом вид автострахування. Поліс покриває весь збиток, який може бути завдано третім особам та транспортним засобам у разі аварії. Відповідно до місцевих інструкцій такий вид страхування – друга за важливістю форма після медичного страхування. З точки зору вартості, набагато вигідніше придбати «Зелену карту» в одній із українських компаній. Тим більше що тарифи на цей вид страхування скрізь однакові. Наприклад, поліс для легкового авто на 15 днів коштуватиме 913 грн. (близько 24 євро), на місяць – 1453 грн. (38 євро), на рік – 7986 грн. (207 євро). Процедура оформлення електронної «Зеленої картки» аналогічна до укладання внутрішнього електронного договору ОСАЦВ [6].

Найбільші страхові компанії, що отримали страхові премії та здійснили виплатили з міжнародного страхування «Зелена карта» своїм клієнтам у першому півріччі 2022 році це УСГ, ТАС СГ, Княжа, Гардіан, Перша, РЗУ УКРАЇНА, Оранта, Вусо, АРХ [9].

Протягом останніх місяців страховий ринок демонструє відновлення показників діяльності у порівнянні із першими місяцями війни, поступово налагоджуючи операційні та управлінські процеси, скорочуючи просідання показників.

В середньому обсяги страхового ринку скоротилися на 25% у порівнянні із 40-50% у перші місяці військової агресії, при цьому падіння обсягів страхових виплат залишається співмірним (-26%). Підтримка обсягів страхової діяльності забезпечується переважно за рахунок автотранспортного страхування: «Зелена картка», ОСАЦВ, КАСКО та медичного страхування (корпоративний сегмент). В перше півріччя 2022 року в автострахуванні скоротилося надходження премій із КАСКО. На противагу зросли страхові премії «Зеленої картки» на 36%, що пов'язано з виїздом значної кількості громадян із України через війну.

Загалом транспортне та медичне страхування залишилися найбільшими сегментами ринку за обсягом отриманих премій [8].

Ринок страхування проходить випробування війною, яка стала тим каталізатором, який показав реальний стан справ кожної страхової компанії. Фінансово стійкі компанії продовжили свою діяльність, налаштували роботу і забезпечили виконання своїх зобов'язань перед страхувальниками. Такі компанії довели свою життєздатність та готові працювати на ринку й на далі, навіть в умовах війни.

Список використаної літератури

1. Майбутнє ринку ОСАЦВ України: прогноз МТСБУ зважено-оптимістичний. Режим доступу до ресурсу: <https://forinsurer.com/public/22/09/19/4970> (дата звернення 23.10.2022)
2. Українським водіям знов потрібна страховка в ЄС. Режим доступу до ресурсу: <https://delo.ua/uk/insurance/ukrayinskim-vodiyam-v-jes-znovu-potribna-strahovka-de-kupiti-i-skilki-kostuvatime-osacv-v-jevropi-399750/> (дата звернення 20.10.2022)
3. British insurance «Все про страхування в Україні 2022». Режим доступу до ресурсу: <https://britishinsurance.com.ua/article/vse-pro-avtostrakhuvannya-v-ukraini-avtotsivilka-onlajn-i-vashi-vigodi-prava-i-obov-yazki> (дата звернення 19.10.2022)
4. Все що потрібно знати про Зелену карту. Режим доступу до ресурсу: <https://rinokstrahovka.ua/blogs/Все-що-потрібно-знати-про-страхування-Зелена-Картка> (дата звернення 18.10.2022)
5. Що таке поліс «Зелена карта» та як його оформити. Режим доступу до ресурсу: <https://ck-oda.gov.ua/novyny-cherkaskoyi-oblasti/shho-take-polis-zelena-kartka-ta-yak-jogo-oformiti/> (дата звернення 19.10.2022)
6. «МТСБУ». Режим доступу до ресурсу: https://mtsbu.ua/ua/about_us/general/ (дата звернення 16.10.2022)
7. Страхівка для виїзду за кордон «Зелена карта». Режим доступу до ресурсу: <https://avtotsivilka.net.ua/uk/zelena-karta-strahovka-avto-dlya-vuyizdu-za-kordon-onlayn.html>
8. Страховий ринок України: 1 півріччя 2022 року. Режим доступу до ресурсу: <https://forinsurer.com/files/file00728.pdf> (дата звернення 23.10.2022)

Наварчук Я.В.

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Кирилов І.О.

здобувач третього(освітньо-наукового) рівня вищої освіти

науковий керівник Беленкова О.Ю., к.е.н.,

доцент кафедри економіки будівництва

Київський національний університет будівництва і архітектури

navarchuk_yv@knuba.edu.ua

СТАЛІЙ РОЗВИТОК ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА

Реалізація будь-якого інвестиційно-будівельного проекту вимагає залучення багатьох учасників, які мають змогу здійснювати комплексне управління, організацію і реалізацію зведення будівельних об'єктів на основі єдиної інформаційної, організаційної, матеріально-технічної, фінансової взаємодії у рамках єдиної системи будівельного проекту.

На ринках будівництва у якості основних учасників інвестиційно-будівельного процесу, відповідно до виконуваних функцій і вітчизняного законодавства, здійснюють діяльність наступні ключові підприємства: інвестор, замовник, забудовник, підрядник і проектувальник та інші учасники.

У вітчизняній законодавчій базі поняття ключової фігури ринків будівництва - «девелопера» на даний час відсутнє. Чинне законодавство оперує поняттями «замовник»,

«забудовник» тощо. Проте саме поняття «девелопер», як і його функції є значно ширшими, ніж у замовника чи забудовника [2; 4, с.52]. Якщо вище названі учасники ринку займаються організацією, управлінням і контролем зведення об'єкту, то метою девелопера є комплексний розвиток будівлі чи споруди, її поліпшення з метою збільшення вартості або отримання соціального, культурного, екологічного чи іншого ефекту. Тобто, якщо метою замовника і забудовника є саме успішне зведення об'єкта, то девелоперська компанія має на меті не тільки вчасне, здійснене в межах бюджету та запланованої якості зведення об'єкта, але і його успішну реалізацію або тривалу експлуатацію, враховуючи усі етапи життєвого циклу об'єкта.

Сьогодні, незважаючи на війну в Україні, ринок житлового будівництва вважається перспективним для розвитку, оскільки саме від має стати драйвером повоєнного відновлення та стабільного розвитку країни [7]. Коли йдеться про житлове будівництво, то обов'язком девелоперської компанії має стати комплексний збалансований розвиток території навколо будинку, враховуючи зростаючу із введенням об'єкта в експлуатацію потребу у місцях в дитячих садочках, лікарнях, поліклініках і школах, торгівельних приміщеннях, зонах відпочинку і місцях паркування автомобілів, а також зростання навантаження на мережі водопроводу і каналізації, електропостачання та інші [6]. Хоча зараз забудова відбувається скоріше навпаки – впритул до існуючих будинків будуються хмарочоси у центральній частині міст, при цьому порушуючи вже існуючу збалансовану, можливо і найкращим чином, але функціонуючу міську територію.

Девелоперські компанії, які здійснюють забудову, орієнтуючись лише на власний прибуток, зазвичай довго на ринку не існують [1], оскільки будівництво майже кожного такого об'єкта супроводжується скандалами, судовими позовами, боротьбою із жителями навколишніх будинків, які протестують проти зведення об'єктів у зонах відпочинку тощо.

Якщо девелопер планує працювати на ринку житлового будівництва довгий час, маючи високий рівень конкурентоспроможності, формуючи позитивний імідж та розвиваючи позитивну репутацію серед приватних інвесторів, то крім фінансової стійкості, вчасної здачі об'єктів в експлуатацію та високої якості будівництва, він обов'язково має дбати про розвиток територій будівництва, енергоефективність зведеного житла [3], можливо будуючи житло в комплексі із іншими об'єктами соціально-культурного та іншого призначення. Такий комплексний розвиток підвищує інвестиційну привабливість об'єкта будівництва, забезпечує поступальне зростання вартості [8].

Для отримання конкурентних переваг на ринку девелоперські компанії мають дотримуватись стратегії, що відповідає меті та цілям сталого розвитку - оптимального поєднання і раціоналізації економічної, екологічної та соціальної діяльності з метою економічного зростання, яке не буде на заваді задоволенню потреб майбутніх поколінь.

Сьогодні, незважаючи на те, що запровадження цілей сталого розвитку у діяльність є корисним для девелоперських компаній з точки зору стабільності функціонування бізнесу та співпраці зі стейкхолдерами, у будівельну діяльність принципи сталого розвитку запроваджуються не досить активно. Причинами цьому є [5, с.74]:

1. «Низька інформованість підприємств щодо цілей сталого розвитку, мети і завдань їх досягнення не на макро, а на мікроекономічному рівні.

2. Низький ступінь мотивації підприємств, які, як і завжди, при веденні бізнесу керуються передусім економічними критеріями і цілями виробничої діяльності»

Тому потрібно, поряд із усебічним інформуванням компаній про цілі сталого розвитку і їх користь для девелоперської компанії, усебічно стимулювати перехід девелоперів на засади сталого розвитку шляхом складання рейтингів на рівні державних, територіальних та муніципальних органів влади, надання преференцій або розробка фіскально-податкових стимулів та стримувальних заходів, які дозволять не тільки стимулювати кращі компанії, але і зробити невивідною протилежну діяльність. Дієвим заходом має стати оприлюднення результатів періодичного моніторингу девелоперських компаній серед жителів міст, у яких ведеться діяльність, оскільки, згідно опитувань близько 48% інвесторів готові вкладати кошти

у компанії, які притримуються принципів сталого розвитку, корпоративної соціальної відповідальності, соціально відповідального девелопменту.

Список використаної літератури

1. Економетричний інструментарій управління фінансовою безпекою підприємств будівництва: [моногр.] За ред. Л.В. Сорокіної, А.Ф. Гойко К.: КНУБА, 2017. 405 с.
2. Кіщенко Т.Є., Гусарова Л.В., Боліла Н.В. Девелопмент – методологія втілення проектів інвестування будівництва. *Ефективна економіка*. 2018. №6 URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
3. Росинський А.В., Онофрійчук І.І. Енергоефективність будівельного виробництва як інструмент розвитку економічного потенціалу девелоперської компанії. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2020. № 44. С. 31 – 39.
4. Беленкова О.Ю., Гао Ш. Оцінка профілю девелоперської компанії (на прикладі реконструкції житлового фонду КНР). *Науковий вісник Буковинського державного фінанс.-економічного університету*, 2015. вип.28(Ч.4). С.51-54.
5. Беленкова О.Ю. Стратегія та механізми забезпечення конкурентоспроможності будівельних підприємств на основі моделі сталого розвитку: монограф. Ліра-К, 2020. 512 с.
6. Шапошнікова І.О. Визначення комерційного потенціалу новобудов. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2019. №6.1 (56). С.124-130.
7. Стеценко С.П., Боліла Н.В., Моголівець А.А., Гаврилюк В.Я. Статистико-аналітичний аспект розвитку будівельної галузі. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2020. № 46. С. 188-196.
8. Сорокіна Л.В., Гойко А.Ф. Інвестиційна ефективність будівництва України: реалії та методологія оцінки. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*, 2021. № 47 (2). С. 48-63.

Педько А.Б., к.е.н.,
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня,
Український державний університет науки і технологій,
Кураженко О.В., магістрант,
Український державний університет науки і технологій,

ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

В сучасному світі підприємства стикаються з багатьма викликами, які впливають на його фінансовий стан. Одним з ключових понять в оцінці фінансового стану підприємства є його фінансова стійкість.

Дослідженню поняття «фінансова стійкість підприємства», факторам, що на неї впливають, та можливим шляхам її покращення присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Бріггема Є., Білик М.Д., Грабовецького Б.Є., Кремень В.М., Левкович О.В., Мамонтової Н.А., Поддєрьогіна А.М., Поляка Г.Б., Савицької Г.В., Філімоненкова О.С., Цал-Цалко Ю.С., Школьник І.О.

Аналіз літературних джерел показав, що є три основних підходи до визначення фінансової стійкості підприємства: опис певного стану, опис здатності підприємства до певних дій та їх поєднання. Різноманітність визначень говорить про те, що фінансова стійкість підприємства – явище багатогранне.

Фінансову стійкість деякі дослідники небезпідставно розглядають як показник його інвестиційної привабливості, базис для визначення стратегічного вектору розвитку

підприємства [1; 2]. Очевидно, що без фінансової стійкості підприємству буде складно успішно розвивати свою діяльність.

Ми ж будемо визначати фінансову стійкість підприємства як такий його фінансовий стан, при якому підприємство спроможне забезпечувати своє функціонування за рахунок власних і залучених коштів, вчасно розраховуватися за зобов'язаннями та швидко реагувати на зовнішні виклики.

Оскільки фінансова стійкість є комплексним поняттям, то про її стан свідчить низка фінансових показників, а саме коефіцієнти автономії, фінансової залежності, фінансового ризику, маневреності власного капіталу, структури покриття довгострокових вкладень, довгострокового залучення коштів, фінансової незалежності капіталізованих джерел та інші.

Надзвичайно важливого значення фінансова стійкість підприємств має під час розвитку кризових явищ в економіці, спричинених об'єктивними та суб'єктивними чинниками. Оскільки одним із основних аспектів фінансової стійкості є наявність фінансових ресурсів та необхідність забезпечення прибуткової діяльності, слід виявити основні фактори, які впливають на фінансову стійкість.

Фактори, які впливають на фінансову стійкість, можна поділити на внутрішні (стадія життєвого циклу підприємства, стратегії управління обсягами діяльності підприємства, активами, капіталом, грошовими потоками, прибутком, ризиком) та зовнішні (економічний цикл, політичне, воєнне становище, рівень інфляції). Зрозуміло, що на внутрішні фактори керівництво підприємства може впливати, а на зовнішні ні. Тим не менш, фінансова політика менеджменту підприємств мусить враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори.

Розробка відповідних стратегій управління обсягами діяльності підприємства, активами, капіталом, грошовими потоками, прибутком, ризиком повинна враховувати кризові явища в економіці та в політиці. В останні роки українські підприємства стикнулись із суттєвими проблемами спочатку через пандемію, а потім через повномасштабну збройну агресію РФ, що значно вплинуло на фінансовий стан і на фінансову стійкість підприємств.

Шляхи зміцнення останньої залежать від сфери діяльності підприємства, його наявних можливостей та того, на які саме аспекти діяльності підприємства найбільше вплинули зовнішні обставини.

Список використаних джерел:

1. П'ятницька Г.Т. Фінансова стійкість як базис для визначення стратегічного вектору інноваційного розвитку підприємства / П'ятницька Г. Т., Найдюк С. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2018/3.pdf

2. Левкович О. В. Фінансова стійкість як передумова інноваційного розвитку підприємства / О. В. Левкович, Ю. М. Калашнікова // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/78.pdf

*Пересада Н.О., магістратура 1 курс, гр. 051-22м-01
Науковий керівник – канд. економ. наук., доцент Филипенко О.М.
Державний біотехнологічний університет
irld.av.com@gmail.com*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

На сьогодні, економічна ситуація в Україні має дуже нестабільний характер. У зв'язку з воєнними подіями та зруйнуванням значної кількості інфраструктурних об'єктів, багато підприємств призупинило свою діяльність або взагалі повністю закрилися. Наразі, як ніколи важливим для вітчизняних підприємств стає питання відновлення та розвитку підприємницької діяльності, зокрема малих підприємств та нових фірм.

Як показує світовий досвід малі підприємства є основною рушійною силою економіки країни. Діяльність таких компаній зменшує вплив фірм-монополістів, що сприяє розвитку

ринку. Також невеликі підприємства мають швидку реакцію, щодо змін, не даючи національному ринку відставати відносно споживчих переваг, а при швидкому виході певних товарів із трендів, малі компанії надають великим фірмам можливість не втрачати час та кошти на переобладнання та впровадження тимчасово популярної продукції.

У наш час в Україні існують певні перешкоди для функціонування та розвитку малого бізнесу. Насамперед не вистачає ефективного механізму їх підтримки від держави, а за умови нестійкої економічної і політичної ситуації та загальної фінансової кризи, діяльність малих підприємств має суттєві труднощі не тільки для розвитку, але й для нормального функціонування бізнесу.

В останні передвоєнні роки спостерігалось значне зростання кількості малих підприємств, що позитивно вплинуло на проблему нестачі робочих місць, покращило рівень конкурентного середовища на ринку, що в свою чергу сприяло науково-технологічному розвитку, а також появи нових товарів та послуг. Це не лише покращило рівень життя населення, але й фінансове становище країни (в першу чергу завдяки податкам, що сплачуються малими підприємствами).

Отже, для визначення можливостей України, щодо покращення умов існування малого бізнесу, особливо актуальним є вивчення сучасних проблем розвитку малих підприємств в країні.

Проблеми розвитку підприємництва та зокрема суб'єктів малого бізнесу є об'єктом уваги багатьох сучасних дослідників, як в Україні, так і за її межами. Вагомий внесок у розвиток малого підприємництва зробили А. Бутенко, А. Кредісов, А. Садков, В. Герасимчук, З. Варналій, С. Дрига, Т. Уманець та інші, зокрема щодо питання побудови ефективної системи оподаткування малого підприємництва, це А. Базилюк, А. Возняк, А. Гальчинський, В. Вишневський, В. Геєць, Л. Бабич, О. Василик, М. Вдовиченко, С. Колько, Ф. Бутинець. Однак, питання проблематики функціонування та розвитку малого бізнесу в Україні, на сьогодні досі є актуальним.

Малий бізнес в регіонах України здійснюється в умовах незбалансованої політики держави, яка спричиняє ряд проблем [3, 1]. З основних причин гальмування та перешкод малого підприємництва можна виокремити наступні [6]:

- недосконалість законодавства з питань розвитку малого підприємництва;
- високий рівень оподаткування, що сприяє розвитку тіньової економіки;
- низький рівень державної фінансово-кредитної і майнової підтримки малих підприємств;
- відсутність ефективного механізму реалізації державної політики щодо стимулювання малих підприємств;
- проблеми в системі обліку та статистичній звітності підприємств;
- недостатність інформаційного та консультативного забезпечення та ін.

Не менш важливими проблемами для малого бізнесу є істотні прорахунки та помилки системи внутрішнього менеджменту.

До основних проблем належать:

- проблема недостатньої кваліфікації персоналу і відсутність практичних знань та навичок у веденні бізнесу. Цю проблему посилює недосконалість системи підготовки кадрів та низький рівень процесу підвищення кваліфікації;
- застарілі технічні стандарти, неефективні та часом корумповані перевірки;
- періодичне залучення позичкових коштів, обмеженість вкладання власного капіталу, що призводить до нестачі фінансових коштів в бізнесі.
- обмеженість у порівнянні з великими підприємствами масштабів використовуваних засобів виробництва;
- значна залежність від окремих великих замовників;
- високий ризик та схильність до банкрутства;
- слабкий захист прав власності;

- відсутність достатньої та перевіреної інформації про стан та кон'юнктуру ринку тощо.

З огляду на те, що в Україні проблеми розвитку малого бізнесу є недостатньо визначеною та опрацьованою, для подолання ключових проблем необхідно враховувати закордонний досвід функціонування малого підприємництва. В практиці ефективно розвинених країн основними напрямками державної підтримки малих та середніх підприємств є наступні: запобігання на шляху створення та функціонування малого бізнесу появи певних бюрократичних перешкод; пряма фінансова підтримка, надання доступу до джерел фінансування; стимулювання інноваційного потенціалу; розвиток електронної торгівлі; загальне зменшення податків для малого бізнесу та надання певних податкових переваг.

Таким чином, враховуючи закордонний досвід та соціально-економічні особливості України, для нормального функціонування та ефективного розвитку малого бізнесу необхідно реалізувати наступні заходи [5, 7]:

- створення та впровадження дієвої нормативно-правової бази та спрощення податкового законодавства: розвиток спрощеної системи бухгалтерського і податкового обліку та звітності малих підприємств, внесення змін до вже існуючих та створення нових законів, щодо регулювання підприємницької діяльності, забезпечення стабільної податкової системи, формування належного правового середовища для розвитку інноваційної та науково-технічної діяльності підприємств та ін. [2];

- організація фінансової підтримки і допомоги малому бізнесу: активізація фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки підприємництва, створення спеціальних установ для кредитування малих підприємств, сприяння створенню інфраструктури розвитку підприємництва;

- організаційне та технічне забезпечення малого бізнесу: впровадження регіональних програм підтримки і розвитку малих підприємств, вдосконалення процесу матеріально-технічного та ресурсного забезпечення суб'єктів підприємництва;

- створення забезпеченості інформацією та кадрами, що включає: створення спеціалізованих консультативних центрів з надання інформації підприємцям, організація програм підготовки і перепідготовки кадрів, узгодження обсягів і профілів підготовки робітників і фахівців в установах професійної освіти всіх рівнів з урахуванням потреб ринку праці в малому підприємстві, удосконалення структури освітніх програм з питань підприємницької діяльності, поширення інформації про потенційні можливості малого підприємництва;

- формування культури бізнес-відносин, стимулювання малого бізнесу: визначення чіткої сфери відповідальності всіх учасників процесу, як держави, так і підприємців, заохочувати населення до підприємницької діяльності, надання допомоги у пошуку ділових партнерів, сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері малого підприємництва, формування довірчих відносин серед бізнес-гравців і з владними структурами, співпраці і підтримки один одного тощо;

Отже, мале підприємництво є важливою складовою ринкового господарства. Діяльність малого бізнесу покращує рівень конкуренції, прискорює темп науково-технічного прогресу, сприяє мобільності та гнучкості щодо споживчих потреб, забезпечує населення вільними робочими місцями, формує економічну самостійність та формування середнього класу (що також є проблемою України). Тому необхідно впровадити певні заходи для підтримки та стимулювання діяльності малих підприємств, що сприятиме як покращенню фінансово-економічного середовища всієї країни, так і підвищенню рівня та якості життя населення.

Список використаної літератури

1. Бей О. Мале підприємництво України: процес розвитку / О. Бей, С. Береславський, В. Биковець, Г. Білоус, І. Богатирьов. - К.: Інститут конкурентного суспільства, 2001. - 253 с.

2. Бузаджи А. В. Функціонування підприємств малого бізнесу: сучасна проблематика [Електронний ресурс] / Артюх О. В. Бузаджи А. В. // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua>
3. Варналій З. Тенденції становлення малого підприємництва в Україні / З. Варналій // Ринкові перетворення. - 2010. - С. 100.
4. Відлюдьків В. Держвласність і держсектор у ринковій економіці / В. Відлюдьків, Е. Кузнєцов // Світова економіка й міжнародні відносини. - 2001. – No 12.
5. Дикань О. В. Розвиток малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи забезпечення / О. В. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2017. - No 57 - С. 66.
6. Іванілов О. С. Економіка підприємства / О. С. Іванілов. - К., 2009. - 729 с.
7. Ольвінська Ю. О. Актуальні проблеми розвитку малих підприємств Одеської області [Електронний ресурс] / Ю. О. Ольвінська // Ефективна економіка. – 2015. - No 2 - Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3785>
8. Шайдюк І. Є. Європейський досвід державного регулювання та підтримки малого підприємництва. / І. Є. Шайдюк // Матеріали III Всеукраїнської наукової конференції «Концептуальні засади формування менеджменту в Україні». – 2010. – С. 441–445.

*Пилипенко О. Ю., магістр,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
olenarylypenko2401@gmail.com
Доленко Ю. В., магістр,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
dolenko.y.v@ntu.one*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні умови ведення бізнесу ставлять підприємства в умови, в яких воно зустрічається з потужною силою конкурентної боротьби, що спонукає його працювати ефективно. Як показує практика, тільки ті фірми, які здатні впроваджувати інновації, застосовувати нові форми організації виробництва та збуту продукції, а також забезпечити ефективні системи управління бізнесом, можуть розраховувати на довготермінову прибутковість.

Все це кардинальним чином змінює традиційні уявлення про виробництво і збут продукції. Якщо раніше підприємці виводили свою продукцію на ринок, не докладаючи суттєвих зусиль по її просуванню, то сьогодні така поведінкова модель є неприйнятною. Жорстка конкуренція як між окремими виробниками товарів і послуг, так і між їхніми заміниками заставляє бізнесові структури розробляти стратегії просування продукції і намагатися їх реалізувати найбільш ефективним способом.

Під просуванням розуміють будь-яку форму комунікації, що використовується суб'єктом для інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари або послуги. В економічній літературі розглядається дві найбільш поширені стратегії просування товару: проштовхування і втягування. Перша передбачає інтенсивне стимулювання торгівлі для просування товару через канали розподілу. Друга ґрунтується на спрямуванні каналів стимулювання передусім на споживачів з метою викликати в них збільшення попиту на продукцію [1, с. 822].

Обираючи найбільш прийнятну стратегію просування продукції, виробник використовує для її реалізації доволі різні методи й інструменти. Це можуть бути такі складові, як реклама, стимулювання продажу, зв'язки з громадськістю, особистий (персональний) продаж, прямий маркетинг.

Незважаючи на те, яку із видів стратегії просування обрало підприємство, і які для цього визначило комунікаційні інструменти, вона не буде ефективною, якщо не здійснювати

постійний моніторинг за її реалізацією. Тому сьогодні важливого значення набуває створення системи показників, на основі яких можна буде оцінити результативність реалізації як самої стратегії просування, так і конкретних комунікаційних маркетингових інструментів, які в ній застосовуються.

Ряд вітчизняних дослідників вказують на таку необхідність, зосереджуючи увагу на тому, що на сьогодні єдиного та уніфікованого показника для оцінки маркетингової стратегії діяльності підприємства не існує. Відповідно, питання ставиться щодо вибору серед наявних систем та критеріїв оцінювання тих, які дозволяють визначити: «Зростає ефективність маркетингової стратегії чи ні?» [2, с. 183]. При цьому конкретний набір показників, які входять до даної системи, має доволі широкий діапазон конкретного наповнення.

Враховуючи той факт, що сьогодні більшість підприємств активно діджиталізується, то важливим є створення такої системи оцінювання ефективності маркетингової діяльності в якій би враховувалися особливості просування товарів з використанням мережі Інтернет. На основі теоретичних напрацювань стосовно оцінки ефективності маркетингової діяльності, а також практики функціонування українських підприємств, нами було узагальнено показники через представлення їх системи в таблиці 1.

Таблиця 1

Система показників ефективності маркетингових комунікацій

№ з/п	Критерій / показник ефективності	Зміст	Значення	Метод розрахунку
1	Вартість залучення клієнта (CAC)	Характеризує суму витрат на залучення одного нового клієнта	Визначає, чи варто вкладатися в кампанію із залучення нових клієнтів і чи окупляться ці витрати	$CAC = \text{Сума витрат} / \text{кількість залучених клієнтів}$
2	Життєва цінність клієнта (LTV)	Показує загальний прибуток, який отримає бізнес від клієнта під час співпраці	Показує успішність бізнесу (показник LTV має утричі перевищувати CAC).	$LTV = \text{час співпраці} \times \text{середній прибуток з клієнта}$
3	Маркетингові кваліфіковані ліди (MQL)	Визначає потенційного клієнта, який відповідає мінімальним критеріям продовження подальших маркетингових дій.	Демонструє, скільки зацікавлених осіб залучили методи просування.	Кількість клієнтів
4	Ліди, кваліфіковані на продаж (SQL)	Вказує на потенційних клієнтів, зацікавлених у продукті й фактично готових робити покупку.	Відображає реальний маркетинговий вплив реалізованих заходів на споживача	Кількість клієнтів
5	Коефіцієнт конверсії (CR)	Демонструє відсоток позитивних результатів відносно загальних показників (кількість відвідувачів сайту, які виконали потрібну дію)	Дозволяє побачити ефективність потенційних клієнтів.	Кількість людей, які виконали цільову дію, ділиться на загальну кількість відвідувачів сайту та множить на 100%.
6	Кількість відвідувачів сайту	Показує число людей, хто зайшов на сайт компанії	Дозволяє відслідковувати успішність маркетингової кампанії	Кількість відвідувачів сайту за певний період часу
7	Реферальний трафік	Пояснює, звідки відвідувачі приходять на сайт, а також те,	Дозволяє коригувати стратегії	Кількість відвідувачів, що прийшли із соціальних мереж

№ з/п	Критерій / показник ефективності	Зміст	Значення	Метод розрахунку
		наскільки продуктивні реферали, що відправляють на нього аудиторію.	маркетингової кампанії.	
8	Взаємодія із соціальними мережами (залученість)	Вказує на будь-який спосіб взаємодії, який обрав користувач.	Свідчить про підвищення впізнаваності бренду та пряму взаємодію з клієнтами та потенційними споживачами.	Охоплює лайки, коментарі, рекомендації, репости, теги та згадки за певний період часу

Наповнення таблиці свідчить про те, що формування набору показників є базою для оцінки ефективності, що дозволяє провести поетапний аналіз впровадження стратегії просування та допомагає знайти відповіді щодо подальших дій підприємства у конкурентному середовищі.

Список використаної літератури

1. Старостіна А. О. Маркетинг. Київ : Знання, 2009. 1070 с.
2. Залізнюк В.П. Критеріальні показники ефективності маркетингової стратегії експортної діяльності промислового підприємства. *Механізм регулювання економіки*, 2015. № 4. С. 182-192.

***Prokhorova V.V., Doctor of Economics, professor
Head of the Department of Economics and Management
Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy, Kharkiv
vkprokhorova@gmail.com***

***Yukhman Y. V., Ph.D., Associate Professor
of the Department of Enterprise and Investment Economics,
Lviv Polytechnic University
Yaryna2003@gmail.com
Yukhman L.I., director,
Lviv Academic Gymnasium at Lviv Polytechnic University"***

FORMATION OF THE IMAGE OF THE INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION IN THE CONDITIONS OF THE REPUTATION ECONOMY

Nowadays, the process of intensive formation of the global educational market is taking place, resulting in increased competition for applicants not only among Ukrainian higher education institutions, but as well foreign ones, offering their educational services on the Ukrainian market. Thus, higher education institutions should increase their competitiveness by using fundamental system developments and introducing innovations in management to achieve education quality standards that determine the parameters of the educational service, which is a key parameter for creating and maintaining a reputation on the market in modern economic conditions. It is the economy itself being the consumer of professional achievements of subjects of educational services. Currently, the situation in the domestic education market reveals the fact that obtaining higher education does not guarantee any employment opportunities for young professionals. This trend is confirmed by the state of the Ukrainian labor market: qualifications of graduates, the number of newly emerging specialists in certain fields, the quality of the knowledge and skills they have acquired do not meet the needs of employers. Applicants choose educational programs according to parameters that have least to do with the future profession and the demand of the national economy: by prestige, the level

of difficulty of study, the availability of state-funded places. As a result, we have a labor market characterized by a professional and qualification imbalance of labor supply and demand. The inconsistency of the level of higher professional education with the requirements and offers from the labor market has led to the devaluation of diplomas in many specialties and the increase in unemployment among graduates. The increases in the scale of training of qualified specialists and the lack of higher education institutions to provide them with employment opportunities have caused an imbalance in the employment sector.

The level of knowledge and professional skills of young people seeking a job is defined by the higher education they have got. However, a higher education institution does not take into account the existing labor market demand for particular professions strongly sought-for by employers. Thus, reputation has undeniable economic value for government, commercial and not-profit organizations, as well as private individuals. In today's global world, reputation is becoming a new "currency" contributing to establishment of successful companies, brands and countries. In recent years, there has been done more and more research on reputation management, as well as there have been developed methodologies for measuring, analyzing and designing reputation.

In recent decades, researchers have identified a global trend towards the gradual transformation of post-industrial economies into high-tech economic systems, in which the key factors of development are information and scientific services. This trend empowers changes in the structure of a capital and nature of labor relations in the service sector, which caused dynamic changes in the market of educational services.

All the above mentioned significantly complicates the transition of the Ukrainian economy to an innovative model of development. Moreover, paying attention to globalization trends and taking into account the relationship between scientific research and development with economic growth, scientists consider the way the science in Ukraine is seen to be completely inadequate. In fact, according to international estimates, one workplace in the field of Research, Development and Engineering ensures functioning of more than two workplaces in other branches of the economy.

Whereas information and knowledge become a direct productive force, there arises a monopoly resource, characterized by completely new qualities that social production has never encountered before. On the one hand, the assimilation of knowledge and information by a person is to a certain extent identified as the production of new knowledge; at the same time, transferring it to other people does not reduce the amount of this resource. Thus, it turns out to be practically inexhaustible. Its production and use change the nature of the goals and tasks facing a person form a new motivational paradigm and, accordingly, become the basis for the formation of new social groups in society possessing the main characteristics of classes.

The emergence and development of the intangible economy under the influence of globalization raise a number of theoretical problems of economic theory, caused by the features of information products and technologies. Scientists question the postulate of normative individualism, according to which any needs of society are reduced to the preferences of individual individuals. In this regard, the meaning of the category "public interest" changes significantly. In addition, the dominant products in the intangible economy, exhibiting the properties of public goods, do not agree with the general economic principle of limited resources, and the inclusion of "unlimited" resources in the economic analysis creates difficulties in the application of tools based on the theory of marginal utility, in particular, in solving the traditional market task of determining prices and volume of products.

Apart from that, there is the problem of intellectual capital assessment, the initial stage of creation and permanent generation of which belongs precisely to higher education institutions. As you know, the results of creative work belong to goods that have social utility, but the presence of this social component is not properly reflected in standard value measures of the products of creative work. Globalization factors actively influence strengthening of humanization and socialization of the economy as well as society through integration processes, thereby forming the attributes of a reputable economy. In the economies of Western countries, which are advancing most successfully in the direction of the intangible economy, the system of state priorities has changed significantly

over the last quarter of a century. Targeted tasks related to the protection of the nationwide health, increasing the active life expectancy, the development of science, raising the level of education, the level and quality of life of the population are put forward in the first place.

Building up reputation is carried out taking into account the key principles of marketing communication in order to make the company not only famous, but also attractive. Reputation is the most effective form of presentation of a message, able to create in the target audience exactly the perception that is necessary to achieve specific goals. This is the result of communicative purposeful conscious work of the enterprise. Reputation management is a planned, targeted presentation of information with predictable consequences of the target audience's response to this information. The communicative toolkit, which can be used to communicate to society and target groups, is a kind of individual set of graphic, color, plastic, semantic and other constants that can ensure the visual and substantive unity of the company's goods and services and their conveyance to the market. Such a set of tools is called a corporate style or a system of corporate identification (corporate identity). The aim of the corporate style is to improve the business reputation and increase the level of popularity of the institution of higher education.

The education of people is one of the main factors in the development of any country, including Ukraine. Reforming the education system at the current stage affects not only the future prospects of the development of this field, but also the application of new strategies by higher educational institutions in the field of their positioning. The development of competition between higher education institutions encourages them to hold an active market position, to improve the quality of educational services, to study the demand for educational products and the needs of the labor market. The high demands of consumers of educational services to higher education institutions themselves, in particular the university, urge the chiefs of the institutions on using the tools that contribute to the involvement of various groups of consumers.

These perceptions indicate that all information that a university sends to the external environment is, to one degree or another, reputational. The reputation that a university has in the eyes of the people is a direct result of all its activities. The reputation of an educational institution is built up over years, decades, sometimes centuries. However, as soon as the reputation is established within certain limits, it begins to work like a flywheel, continuously feeding the energy stream to everything it comes into contact with. The stronger the reputation becomes and the more unique features it acquires, the more difficult it is to change it. A high reputation can serve as the most valuable asset for a modern university, which helps to obtain various resources for oneself much more easily and thereby increase the quality of one's work. When people have a high opinion of university's capabilities, it has more opportunities, its activities become more and more effective. A bad reputation of a university, on the contrary, may render rather opposite effect - potential consumers do not trust it, its educational goods and services, as well its management's public statements. As a result, the qualitative potential in the university's activities also decreases drastically.

Consequently, while reputation is a norm that has proven its viability, a norm that should be followed and on which university employees should be clearly focused, image is a tool for regulating and shaping the behavior of its personnel. Therefore, the image should be strong, that is, competitive, making stronger influence on the behavior of customers, and also it should be strong in the temporal aspect - its strength should contribute to the stability of the image over time, in the long term. In addition, the image should be favorable for the business of a university as well as for its consumer, for the exchange of values between these interacting parties, favorable in the sense of facilitating transactions and reducing the transaction costs of a university and a consumer. And it must also be positive, that is, it must create a good reputation, a positive impression and image, it must also be unique, that is, it must possess signs of uniqueness, including leadership competencies, strengths, and competitive advantages. It is the uniqueness of the image that should distinguish a modern university among educational institutions.

Taking the abovementioned into account, the market of educational services should be understood as a set of socio-economic relations in the sphere of education. It is worth pointing out the specific nature of a service as a commodity (intangibility, impermanence of production and

consumption, changeability of quality and inability to preserve it), which imposes special marketing conditions for its production and exchange. On the one hand, people's strive for education ensures a constant demand for this type of services, on the other hand, the need for practical, not theoretical, knowledge in the labor market devalues the need for higher education. Additionally, it is necessary to take into account that education is not a solid entity, but consists of numerous independent and diverse components, usually. A significant feature is that both a producer (teacher) and a consumer (student) can directly influence the nature of the educational service or consumption item. The above additionally emphasizes that the market for the provision of educational services is quite specific. This does not mean that it is special only in Ukraine; the specificity leaves an impression on this variety of business both in our country and abroad.

For successful competition in the conditions of market transformation, it is required for a consumer (student) to be the core of the philosophy of the educational institution. Thus, all business processes, training and material resources should be organized in such a way as to offer the market the quality educational services to be of the greatest need and in the highest demand, meanwhile leaving competitors behind.

*Редзюк Є.В., к.е.н., доцент
старший науковий співробітник
сектору міжнародних фінансових досліджень
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
redzyuk@gmail.com*

РОЗВИТОК БІЗНЕС-АКТИВНОСТІ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЕКОНОМІЦІ З ВРАХУВАННЯМ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ТА ВИМОГ

Аналіз трансформації бізнес-активності під час війни в Україні та відстеження цих тенденцій в країнах світу є актуальним і необхідним дослідженням для формування цілісної і стратегічно вивіреної соціально-економічної політики нашої держави, особливо для перемоги у війні та швидкому відновленні вітчизняної економіки.

За всі понад 30 років розвитку української держави ще не було такого надскладного періоду для вітчизняних підприємств. З початком повномасштабної війни Російської Федерації проти України, абсолютна більшість вітчизняних бізнес-структур отримали суттєве зниження активності, деякі компанії взагалі вимушені були призупинити власну діяльність, особливо на сході й півдні України. За оцінками експертів 25% вітчизняних компаній майже зупинили діяльність, а 14% – узагалі не працюють, 33% працюють, але частково, скоротивши обсяги виробництва. Внутрішній попит в Україні знизився на понад 30-35%, на неокупованих територіях залишилось приблизно 30 млн. осіб з низьким рівнем платоспроможності; а кількість людей, що створюють попит в Україні за півроку знизилася на 19,5%. До того ж логістичне забезпечення вітчизняних бізнес-структур суттєво погіршилось, було заблоковано чи зруйновано. 7 портів України залишаються заблокованими. Блокування експорту під час війни знизило ВВП України мінімум на 15%. Тому рівень попиту на продукцію та обсяг обігових коштів для переважної частки бізнесу суттєво знизився. При цьому державний бюджет нашої країни було переорієнтовано на військові цілі, відтак першочергове фінансування видатків у поточному році спрямовано на підвищення обороноздатності країни та здійснення найнеобхідніших соціальних видатків, які забезпечують підтримку життєдіяльності населення. В таких умовах акумуляування коштів на підтримку і розвиток бізнес-структур в Україні є дуже проблематичним завданням [1;2].

Слід зауважити, що уряд і Президент України в цих складних умовах шукають можливості відновити втрачений економічний потенціал, тому оперативно впроваджувались заходи зі сприяння податкового адміністрування, митного проходження товарів, розблокування портів, фінансувалась релокація підприємств й підтримувались запущені раніше кредитні програми (наприклад, кредитування для малого і середнього бізнесу по

програми «Доступні кредити 5-7-9%»). Крім того, уряд і офіс Президента України проводять регулярні заходи із залучення партнерів для відновлення економіки України. Так, в Лугано (Швейцарія) при проведенні конференції з відновлення України у Швейцарії в липні 2022 року, парламентсько-урядова делегація зосередила увагу на 10 ключових секторах відновлення, включаючи військово-промисловий комплекс, енергетику, фармацевтику, металургію, деревообробку та логістику. Представлено план післявоєнного відновлення на суму понад 750 млрд доларів США, який включатиме 850 проєктів для відбудови країни. План розрахований на 10 років – з 2023 року і до 2032 року, він відбуватиметься у дві хвили. Перша триватиме у 2023-2025 роки, у якій планується втілити більшість із зазначених проєктів – 580. Ці три роки коштуватимуть понад 350 млрд доларів США. Друга хвиля міститиме меншу кількість проєктів, але потребуватиме більшого фінансування – понад 400 млрд доларів США. При цьому у плані закладено, що українська економіка протягом цих 10 років зростатиме на 7% щороку [3].

Війна суттєво ускладнює відновлення бізнес-активності, відсутність безпечних умов праці для інвесторів під час війни унеможлиблює перезапуск економіки, впроваджуючи навіть найбільш прогресивне законодавство і стандарти ЄС на прозорих, антикорупційних засадах. Тільки при забезпеченні гарантій і безпеки інвесторам, наявності відповідної інфраструктури, довгостроковому дотриманні прогресивного законодавства, що сприяє підприємницькому середовищу – є можливість активізувати інтерес вітчизняних та іноземних бізнес-структур до розширення своєї діяльності в Україні. Але, на жаль, до кінця війни такі заходи неможливо забезпечити.

Під час війни інвестиції нашій країні в більшості своїй закордонні підприємці пропонують лише за схемою викупу бізнесу з дисконтом. Інвестор розглядає бізнеси, які генерують певні грошові потоки, та пропонує дисконт 50% вартості даного бізнесу. Інвестиції зі стандартним мультиплікатором на сьогоднішній день фактично неможливі (до війни мультиплікатор становив 5-6 разів операційного прибутку).

На даний момент часу за кордоном страхові організації відмовляються страхувати бізнес-операції пов'язані з Україною. Тому логістичні постачання товарів із Європи мають проблеми зі страхуванням. Страхові компанії страхують транспорт виключно до кордону з Україною, а надалі ризики приймає українська сторона. Також новоствореним українським компаніям комерційний банківський сектор кредитів не дасть. На жаль, українські застави особливо нікому не цікаві, тому що вони розташовані на території, яка перебуває у стані війни. Тобто, в існуючих умовах активної фази війни на території України, працюють лише інвестиції внутрішнього характеру, де український бізнес інвестує обмежено і зі значними ризиками.

Відзначимо, що при всій надскладній ситуації в соціально-економічному і підприємницькому середовищі України, на даний момент часу є можливості для вітчизняних підприємств знайти нові ринки збуту і закріпитись на них за допомогою інших країн ЄС. Так, в 2022 році по всіх країнах ЄС з Україною функціонує режим безмитного і безквотного перетину товарів. Тому українські підприємці мають два варіанти: або будувати завод за кордоном, або в Україні (біля кордону країн ЄС зі зручною логістикою) з націленістю на охоплення закордонного ринку. Для української держави другий варіант є кращим (робочі місця, наповнення бюджету і розвиток інфраструктури формуються в нашій країні). Позитивним є і те, що інвестиції направлені на розширення своєї діяльності в країнах ЄС спонукатимуть створювати нові робочі місця за стандартами ЄС, впроваджувати нові технології, нові енергоощадні і більш екологічні матеріали, обладнання, інструменти згідно з вимогами ЄС. Тому державним і місцевим органам влади України необхідно проводити стимулюючо-заохочувальні заходи та консультації для підприємців щодо розширення своєї діяльності на зовнішніх ринках. Позитивним було б залучення коштів від грантів і траншів міжнародних фінансових організацій та країн-донорів на запуск таких виробництв.

Крім того, Україна має успішний досвід з переорієнтацією аграріїв не тільки на вирощування, але і переробку насіння соняшника в олію, що в подальшому позитивно

вплинуло на підвищення доданої вартості, появу нових робочих місць у вітчизняній економіці, розширення географії продажів, досягнення світового лідерства на міжнародних ринках олії та її субпродуктів. Тому державним органам влади потрібно й далі стимулювати більш глибоку переробку іншої аграрної сировини, лісової сировини, металургійної продукції. В цьому контексті має бути досягнуто консенсус між урядом і підприємцями щодо довгострокової і взаємопов'язаної з переробкою сировини, закупівлі занадто вартісного обладнання підприємцями, політики обкладання податками сировини, спрощення регуляторних процедур, зниження корупції профільних і митно-податкових регуляторів. Для зниження корупції регуляторів доцільним є, на наш погляд, впровадження автоматизованих систем контролю на основі штучного інтелекту, формування прозорих баз даних, налагодження з країнами-партнерами обміну податково-митної інформації, прийняття рішень в регуляторних органах має бути на основі цифровізації та програмних комплексів. В цілому зниження людського фактору в прийнятті рішень щодо видачі ліцензій, дозволів, сертифікатів в майбутньому сприятиме вирішенню проблеми з корупцією.

На погляд автора, 2022 рік в світовій економіці увійде в сучасну історію, як один з найбільш складних для розвитку міжнародної торгівлі, бізнесу і фінансів. Так, людство одночасно відчуло вплив декількох глобальних чинників, які негативно вплинули на переважну більшість населення планети.

Першим глобальним чинником є пандемія коронавірусу і її наслідки – в багатьох провідних країнах світу протягом року активно поширювалось це захворювання, що приводило до локдаунів та призупинення ділової активності. У зв'язку з безпрецедентними заходами стимулювання і підтримки бізнес-структур та населення під час локдаунів в переважній більшості розвинених країн світу та країнах, що розвиваються – суттєво зросла інфляція, яка почала загрожувати макроекономічній стабільності цих країн світу.

Другим глобальним чинником, який посилив деструктивні тенденції в світовій економіці – є повномасштабна війна РФ проти України. Ведення санкцій проти агресора і блокування портів України суттєво дестабілізувало світовий енергетичний ринок, міжнародну торгівлю аграрною продукцією і хімічними добривами. Ціни на продовольство і енергоносії суттєво зросли, тому в багатьох країнах світу відзначаються тривожні настрої та соціальні протести. Крім того, відбулось посилення мілітаризації не тільки у воюючих країнах, але цей конфлікт вплинув на переосмислення системи безпеки в багатьох країнах світу, значні бюджетні кошти інвестуються не у розвиток, споживання, соціально-економічне відновлення, а направляються на військові цілі. До того ж, не тільки Україна, але і практично всі країни ЄС відчувають негативний вплив від війни у їх регіоні.

Третім глобальним чинником є екологічні проблеми і незворотні кліматичні зміни, що починають суттєво впливати на інфраструктуру, якість життя населення планети, безпечне майбутнє молодого покоління. Так, тільки від кліматичного «ефекту Ільїнінго» в світі очікують збитків у 1 трлн. дол. США в 2022 р.; 5,5 років тому, лише 80 мільйонів людей у світі були на межі голоду, але кліматичні проблеми збільшили їх кількість до 135 мільйонів.

Четвертим глобальним чинником є неконтрольована належним чином транскордонна цифровізація фінансових сервісів, особливо у сфері токенів і криптовалют. В цьому році переважна більшість цифрових активів втратила в рази свою вартість, низка проектів вже збанкрутували і середньострокові перспективи залишаються негативними. Відзначимо, що дієвої інфраструктури контролю за цією сферою на міжнародному рівні не сформовано.

П'ятим глобальним чинником є надмірно жорсткі умови ринків праці у зв'язку з локдаунами, автоматизацією і цифровізацією економіки, що в цілому формує протестні настрої і рухи в багатьох країнах світу, особливо в країнах з низьким рівнем доходів.

Шостим глобальним чинником є посилення геополітичної фрагментації, що ускладнює міжнародну торгівлю та співпрацю. Конкуренція на рівні глобальних гегемонів (США, Китай і ЄС) доповнюється значною низкою конфліктних ситуацій та неузгодженостей між країнами на регіональному рівні. Такі дії не сприяють налагодженню сталих торговельно-економічних відносин в світі.

Сьомим глобальним чинником є суттєве збільшення боргового навантаження на бюджети більшості країн світу. В той час, коли країни відчувають значні бюджетні обмеження, тобто їм потрібні додаткові залучення, але фінансові умови в 2022 році стають більш жорсткішими, особливо для країн, що розвиваються та країн з ринками, що формуються. Частка країн з низьким доходом, у яких кризова боргова ситуація вже настала або існує високий ризик її настання, зросла до 60% із рівня близько 20% десять років тому. Підвищення вартості запозичень, скорочення потоків кредиту, зміцнення долара США та уповільнення економічного зростання лише посилять це скрутне становище.

Перераховані глобальні чинники суттєво вплинули на стан і перспективи світової економіки в 2022 році. В існуючих складних умовах Світовим банком прогнозується різке падіння темпів зростання світової економіки з 5,7% у 2021 році до 2,9% у 2022 році та 3% у 2023-2024 роках. Експерти цієї установи вважають, що зростання сильного інфляційного тиску і більш швидке посилення грошово-кредитної політики в порівнянні з тим, що передбачалося раніше – є головною причиною того, що прогноз економічного зростання на поточний рік був переглянутий у бік зниження [4].

У зв'язку з посиленням інфляційних процесів майже у всіх країнах світу, спостерігається синхронізоване посилення грошово-кредитної політики, яке у багатьох країнах не має історичного прецеденту, і його наслідками стануть уповільнення темпів зростання світової економіки наступного року та зниження темпів інфляції.

Для загального покращення соціально-економічного стану в світі необхідно, в першу чергу, провідними країнами світу та найбільш авторитетними міжнародними організаціями докласти максимум зусиль у найшвидшому закінченні війни в Україні. Крім того, цілеспрямована бюджетна підтримка здатна пом'якшити вплив цін, інфляції, безробіття на найбільш уразливі групи населення. Тому макроекономічна політика відповідальних країн світу має враховувати баланс між соціальними видатками і податковими надходженнями, щоб податково-бюджетна політика не ускладнювала досягнення цілей грошово-кредитної політики (приборкання інфляції).

Суттєвим фактором дестабілізації східноєвропейського регіону і особливо України є розпочаті рф в жовтні 2022 року масштабні ракетні удари по інфраструктурі, енергетиці і соціальнозначущим об'єктам нашої держави. За оцінкою експертів тільки повітряні тривоги коштують українській економіці 7,5 млрд. гривень (або приблизно 187,5 млн. доларів США) на день. До того ж, 40% втрачених вітчизняних потужностей електроенергії спричиняє не тільки незручності й загрози для соціального сектору, але й в значній мірі ускладнює роботу бізнес-структур в Україні. Провідні сектори української економіки (аграрний, металургія, машинобудування, деревообробка тощо) вимушено призупиняються, ІТ-підприємці також не матимуть замовлень через блекаути і побоювання іноземних замовників виконати ІТ-послуги вчасно. Торговельні мережі і оптово-логістичні склади також не можуть повноцінно працювати. Ризики України підвищуються – інвестори це враховують. Якщо блекаути посиляться – не працюватиме й фінансовий сектор, а це «кров економіки»; тому Україну очікуватиме значне зниження економічної активності, навіть нижче за очікувані 35% ВВП в 2022 році. Населення також буде повільніше повертатись і відродження економіки України буде затримуватись.

Підсумовуючи відзначимо, що стійкість і розвиток вітчизняної економіки обумовлюється її інституціональною спроможністю державних і політичних органів влади мілітарно на достатньому рівні забезпечити сектор безпеки і оборони; соціально захистити населення для виживання в умовах військових дій і післявоєнного відновлення; бізнес-структурам – надати можливість функціонувати під час війни з відповідною працюючою інфраструктурою (зв'язок, інтернет, транспорт і транспортні мережі, водопостачання, електроенергія, наявність різних видів палива й сировини, функціонуючою платіжною системою, товарним, валютним і фінансовим ринками тощо). Особливого значення це набуває при затяжному військовому конфлікті та ракетних обстрілах. Тому для цього необхідно переосмислити і змінити структурно вітчизняну економіку, трансформували її від

сировинно-аграрного типу на динамічну, мілітарно-промислову та інноваційну економіку, яка в значній мірі буде самодостатньою по базовому безпековому, інфраструктурному й соціальному забезпеченні. Сприятиме більш ефективному відновленню й розвитку економіки України посилення дипломатично-політичного тиску вітчизняними державними інституціями в отриманні критично важливої допомоги (військової, технологічної, фінансової та ін.) від партнерів на системній і прогнозованій основі [5;6].

Список використаної літератури

1. Самаєва Ю. Держбюджет-2023: задача на півтора трильйона // газета «Дзеркало тижня» / Рубрика: Макрорівень / 15.09.2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://zn.ua/ukr/macrolevel/derzhbjudzhjet-2023-zavdannja-na-pivtora-triljona.html>;
2. Тартачний О. Пів року війни: в якому стані економіка? // Онлайн медіа «speka.media» / 22.09.2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://speka.media/piv-roku-viini-v-yakomu-stani-ekonomika-golovne-z-diskusiyi-case-ukrayina-pnbm19>
3. Україна представила план відновлення на \$750 мільярдів: як виглядатиме повоєнна відбудова // інформаційний портал ТОВ «Finance.ua» / 05.07.2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://news.finance.ua/ua/ukraina-predstavyla-plan-vidnovlennya-na-750-mil-yardiv-yak-vyhlyadatyme-povoyenna-vidbudova>
4. Global Economic Prospects // World Bank / June 2022 / Chapter I – Режим доступу до ресурсу: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/18ad707266f7740bced755498ae0307a-0350012022/related/Global-Economic-Prospects-June-2022-Chapter-1-Highlights-RU.pdf>
5. Редзюк Є.В. Післявоєнне соціально-економічне відновлення України: передумови, можливості та перспективи // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Науково-практичний журнал. N1/28 /2022. – К.: Міленіум, 2022. – с.4-17
6. Редзюк Є.В. Для перемоги потрібні масштабніші санкції проти РФ і повне відшкодування збитків // газета «Дзеркало тижня» // Рубрика: Макрорівень // 24.03.2022 р. URL: <https://zn.ua/ukr/macrolevel/dlja-peremohi-potribni-masshtabnishi-sanktsiji-proti-rf-i-povne-vidshkoduvannja-zbitkiv.html>

Роздайбіда О.В.

Науковий керівник к.е.н., доц. Аберніхіна І.Г.

Навчально-науковий інститут

промислових та бізнес технологій

Українського державного університету

науки і технологій

v.rozdaybida17@gmail.com

АКТИВНІ ОПЕРАЦІЇ БАНКУ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

Активні операції банківських установ приносять найбільшу частину доходів банку і, відповідно, значно впливають на формування прибутку, тому актуально дослідити їх сутність та роль в банківській діяльності.

На основі аналізу літературних джерел можна сказати, що активні операції банку являють собою операції, які пов'язані з розміщенням та використанням мобілізованих банком ресурсів з метою одержання прибутку. При цьому необхідною умовою є те, що такі дії виконуються при дотриманні меж наявних ресурсів[1, 2].

При здійсненні активних операцій комерційні банки з одного боку забезпечують можливість отримати кошти, які необхідні клієнту, а з іншого – розміщують всі види свого капіталу (власний та залучені). Кредитні операції являють собою вид активних операцій, які надають кошти клієнтам у тимчасове користування під певні умови. Також банки є кваліфікованими учасниками ринку цінних паперів. Оскільки у більшості випадків банки є

акціонерними товариствами, то вони одночасно виступають і інвесторами, і посередниками на ринку цінних паперів, а також емітентами цінних паперів.

Активні операції досить тісно пов'язані. Вони водночас мають найбільшу дохідність і найбільший ризик. Через це банкам постійно необхідно моніторити економічну ситуацію і знаходити оптимальну структуру своїх активів відповідно до змін. Судячи зі звітності НБУ в останні роки в Україні сума за кредитними операціями займає чільне місце в загальній структурі активних операцій банків[3].

Кредитні операції банків в Україні є найважливішим доходотворним чинником у діяльності банків. В економічній літературі такі вчені, як Коренев О.Г., Слав'янська Н.Г., Савченко Н.Г., Карпенко О.В., Литвин Н.Б. та Грабар І., визначення «кредитні операції» трактують так: це вид активних операцій банку, які пов'язані з наданням клієнтам залучених коштів у тимчасове користування – позик у готівковій або безготівковій формі та кредитів у формі врахування векселів, розміщення депозитів, операцій репо, на фінансування будівництва житла, проведення операцій фінансового лізингу; з будь-яким продовженням строку боргу, яке здійснене в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми [4]. Варто відзначити, що найвищий рівень прибутку банківським установам дають такі активні операції, як довгострокові кредити та інвестиції у цінні папери. Вони, як правило, укладаються на тривалий період і мають високий ступінь ризику.

У сучасних економічних умовах стабільність банківської системи залежить від ефективного управління їх активами та пасивами.

Спираючись на навчальні та наукові джерела, управління активами банку – це система підходів, методів та інструментів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із процесами обґрунтування різних напрямків вкладення та використання ресурсів комерційного банку, для досягнення стратегічних цілей банку [5].

Зміст управління активними операціями містить в собі доцільне розміщення власних, залучених і запозичених коштів банку, щоб в кінцевому результаті отримати найвищий прибуток з дотриманням допустимого рівня ризику. У процесі управління активами банк повинен розміщувати кошти в активи, так щоб завжди підтримувалася об'єктивно необхідна рівновага між прагненням до максимального доходу і мінімального ризику.

Список використаної літератури

1. Банківська енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123115#top
2. Вовчак О.Д. Кредит і банківська справа. / Вовчак О.Д., Руцишин Н.М., Андрейків Т.Я. // Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни: Львів. – Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. – 324 с.
3. Дані наглядової статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#3>
4. Облік і аудит у банках: навч. підруч. / О.Г. Коренева, Н.Г. Слав'янська, Н.Г. Євченко, О.В. Карпенко; за ред. О.Г. Коренева, Н.Г. Слав'янська. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 493 с.
5. Менеджмент у банку [Текст]: підруч./Ж. М. Довгань. – Тернопіль: Економічна думка, 2017.

*Ступнікер Г. Л., к.е.н., доцент
доцент кафедри фінансів, економіки та підприємництва;
Мальцев С. В., магістр
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
stupniker.hanna@pdaba.edu.ua*

ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

Воєнні дії на території України призвели до суттєвої трансформації вітчизняної економіки, що призвело до її значного уповільнення та зниження ділової активності підприємницьких суб'єктів. Стосовно економічних наслідків тривалого воєнного конфлікту, прямі втрати економіки від пошкодження та руйнування інфраструктури України вимірюються вже більше як сотнею мільярдів доларів. Найбільш постраждалими є житлове будівництво, дороги та аеропорти, активи промислових підприємств, інфраструктура агропромислового комплексу, транспортної галузі.

Внаслідок глобалізаційних процесів воєнні конфлікти в окремих регіонах здатні призвести до суттєвих зрушень не лише економіки окремої країни, а й значної кількості інших економічних систем. Однак, особливої уваги потребує дослідження основних тенденцій економіки воєнного часу, під впливом яких здійснюється сучасне підприємництво в Україні та визначення ключових напрямків його подальшого розвитку.

Дії Національного банку України (НБУ) на початку війни спрямовувалися насамперед на підтримання стабільності банківської системи та безперервності платежів, що є дуже важливим для адаптації суб'єктів підприємницької діяльності та економіки в цілому до нових умов. З цією метою Національний банк зафіксував офіційний курс, ввів валютні обмеження, «заморозив» облікову ставку на рівні 10% та запровадив додаткові інструменти для підтримки ліквідності банківської системи. Завдяки вказаним заходам на початку війни, а також певному запасу міцності, вітчизняна фінансова система витримала випробовування цими надзвичайно складними умовами війни. У червні поточного року НБУ підвищив облікову ставку до 25% з метою збільшення привабливості гривневих активів та одночасного зменшення напруженості на валютному ринку.

Внаслідок об'єктивно існуючих обмеження в зборі статистичних даних під час війни точні дані про економічну активність практично відсутні, але інфляція, за прогнозами НБУ, у цьому році прискориться трохи вище 30%, а в наступному році знизиться близько до 20% та у 2024 році – до однознакового рівня. Повернення інфляції до цілі 5% очікується лише у 2025 році. Таке помірне зниження інфляції у наступних роках пов'язане з необхідністю корекції урядом низки адміністративних тарифів до ринкових рівнів, ураховуючи значну вартість енергоносіїв на світових ринках [1].

Також значно знижено податкове навантаження – підприємствам надано можливість переходу підприємств на спрощену систему оподаткування (2% від обороту без ПДВ та податку на прибуток). Крім того, скасовано плату за землю на територіях, де ведуться бойові дії. Крім того, підприємців тимчасово звільнено від відповідальності у разі неможливості виконання платниками податків своїх зобов'язань.

Щодо процесів дерегуляції економіки, у цьому напрямку дієвим заходом варто визнати запровадження мораторію на перевірки бізнесу державними фіскальними органами. На період воєнного стану продовжено дію дозволів і ліцензій терміном впродовж одного року, пролонговано дію атестатів про акредитацію органів з оцінки відповідності, термін яких спливає у воєнний час; продовжено строки чинності результатів перевірки засобів вимірювальної техніки в умовах воєнного стану. Також вдосконалено механізм подання підприємцями декларацій для отримання дозволів та ліцензій - тепер ця послуга доступна через портал та додаток ДІЯ.

Таким чином, маємо підстави вважати, що вітчизняний бізнес в умовах сучасної воєнної економіки потребує активного державного втручання, тому вагомим інструментом державної підтримки бізнесу в умовах війни є пряме регулювання. Державні органи мають надавати приватному сектору як фінансову, так й експертну та консультаційну допомогу. Актуальним є пошук грантових коштів від зарубіжних країн, оскільки можливості державного фінансування є обмеженими, а пріоритет бюджетних витрат мають питання забезпечення обороноспроможності країни. Вважаємо, що за умови наявності потенціальних фінансових коштів на стимулювання функціонування вітчизняного підприємництва, український бізнес потребуватиме фінансування наступних першочергових витрат. Такими витратами будуть, зокрема, транспортні витрати, витрати на оренду приміщень, заробітну плату та соціальні внески для переміщеного та/або нового персоналу, експертні консультації (юридичні, податкові та операційні тощо), а також інші витрати, які сприятимуть відновленню бізнесу та скороченню часу виходу на нові ринки.

Також важливими питаннями для вітчизняного підприємництва в умовах воєнного стану є відновлення ланцюгів постачання, збуту та пошуку іноземних партнерів, що дозволить відновити виробничі та операційні процеси в найближчій перспективі.

Ведення на території нашої держави воєнних дій призводить у деяких випадках до неможливості сторін договору господарської діяльності виконати свої зобов'язання з незалежних від них причин. Тому, щоб уникнути штрафних санкцій та інших видів відповідальності, відбувається посилення на форс-мажорні обставини. Як відомо, такими обставинами є обставини непереборної сили, надзвичайні та невідворотні, які об'єктивно роблять неможливим виконання зобов'язань, передбачених умовами договору (контракту, угоди тощо), обов'язків згідно із законодавчими та іншими нормативними актами. Таку послугу може надати підприємцям регіональна торгово-промислова палата (ТПП).

Якщо компанія понесла збитки у вигляді зруйнованого або пошкодженого майна внаслідок російської агресії, ТПП може зафіксувати ці руйнування та пошкодження, що дозволить підприємцям в подальшому захистити свої інтереси. Зокрема, вітчизняним законодавством встановлено, що відповідальними за визначення розміру шкоди та збитків підприємств недержавної форми власності є обласні державні (на період воєнного стану - військові) адміністрації [2]. Тож, фіксація ТПП руйнування і пошкодження майна (рухомого, нерухомого, сировини) допоможе експертам встановити причини пошкодження, а це, в свою чергу, надасть можливість комерційній структурі звернутися із задокументованими фактами до державних органів виконавчої влади для визначення розміру збитків, які понесла компанія [3].

Список використаної літератури

1. <https://eba.com.ua/ukrayinska-ekonomika-pid-chas-vijny-shho-dali/>
2. Постанова № 326 Кабінету Міністрів України від 20. 03. 2022 р. «Порядок визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації». - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/326-2022-%D0%BF#Text>
3. Офіційний сайт Дніпропетровської торгово-промислової палати. - Режим доступу: <https://dcci.ua>

*Тихоненко М. А., магістрант
науковий керівник:
Божанова О.В., к.е.н., доцент
в.о.декана факультета економіки і менеджмента
Український державний університет науки і технологій
bozhanovaelena68@gmail.com*

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА»

На сьогодні вітчизняна економіка знаходиться в кризовому стані, а після закінчення війни необхідно буде відбудувати країну. Отже, вже сьогодні виникає потреба забезпечити тверді конкурентні позиції промислових підприємств. Сучасні умови функціонування підприємств потребують постійного пристосування до подій, які відбуваються та швидко і адекватно реагувати зміни як внутрішнього так і зовнішнього середовища. У зв'язку з цим важливого значення набуває формування підходів до удосконалення управління фінансовим потенціалом.

Фінансовий потенціал являється складовою економічного потенціалу підприємства і має певні ознаки. На рисунку 1 наведено ознаки фінансового потенціалу підприємства.



Рисунок 1 – Ознаки фінансового потенціалу підприємства

Оскільки фінансовий потенціал підприємства є достатньо складною економічною категорією він має свої складові. На рисунку 2 наведено складові фінансового потенціалу підприємства.



Рисунок 2 – Складові фінансового потенціалу підприємства [1]

Аналіз літературних джерел показав, що сутність поняття «фінансовий потенціал підприємства» розглядається великою кількістю науковців які не дійшли єдиного висновку щодо єдиного визначення. Так в таблиці 1 наведено визначення поняття «фінансовий потенціал» різних авторів.

Таблиця 1 - Визначення поняття «фінансовий потенціал» різних авторів.

Автор	Визначення
Стахнів Н.Д.[2]	фінансовий потенціал - це сукупності фінансових ресурсів, які беруть участь у виробничо-господарської діяльності і характеризуються можливістю їх залучення для фінансування майбутньої діяльності, а також визначення стратегічного напрямку підприємства.
Кайгородова О.Г. [3]	фінансовий потенціал пов'язаний з максимально можливою вартістю всіх ресурсів підприємства за умови їх функціонування в межах певної організаційної структури.
Агєєв А. [4]	фінансовий потенціал - це здатність підприємства отримувати грошовий капітал і управляти ним з урахуванням його фінансової стійкості і можливості залучати зовнішні джерела фінансових ресурсів.
Онишко С. [5]	фінансовий потенціал - це передумови продовження руху і його динаміки за рахунок не тільки наявних фінансових ресурсів, а й невикористаних можливостей. Таким чином, якщо фінансові ресурси мають місце на траєкторії руху, тоді фінансовий потенціал – подальший напрям такого руху.
Стецюк П.А. [6]	фінансовий потенціал – можливість підприємства генерувати позитивні грошові потоки в обсягах, адекватних його фінансовому становищу.
Глущенко В.В. [7]	фінансовий потенціал є основою всіх інших видів потенціалу. Він характеризує минуле, сьогодення і майбутнє сукупністю показників, які повинні як кількісно (ресурси), так і якісно (результат) визначати розвиток суб'єкта господарювання.
Сердюк-Копчекчи Ю.В. [8]	фінансовий потенціал - це сукупність фінансових ресурсів, які беруть участь у промислово-господарській діяльності та характеризуються можливістю їх залучення для фінансування як майбутньої діяльності промислових підприємств, так і їх стратегічних напрямків розвитку”
Маслак О. І. [9]	фінансовий потенціал - це сукупність фінансових ресурсів і можливостей підприємства, які дають змогу забезпечити визначений стратегічний напрямок розвитку підприємства.
Брюховецька Н.Ю., Булеєв І.П., Іваненко Л.В. [10]	фінансовий потенціал - це здатність фінансової служби підприємства створювати достатній обсяг ресурсів для забезпечення своєї операційної та інвестиційної діяльності за принципом їх збалансованості, ефективного використання.
Ляхович Л.А. [11]	фінансовий потенціал є важливим індикатором реакції внутрішнього середовища на управлінські рішення, зростання якого свідчить про ефективність фінансової політики економічного суб'єкта, його фінансову стійкість та конкурентоспроможність у цілому.

Аналіз наведених в таблиці 1 визначень дав змогу авторам навести власне визначення поняттю «фінансовий потенціал». Так під фінансовим потенціалом слід розуміти здатність управлінців підприємства генерувати як власні так і залучені грошові кошти в достатніх

обсягах задля фінансування майбутньої діяльності, забезпечення фінансової стійкості на високому рівні та економічного розвитку підприємства.

Список використаної літератури

1. Корнійчук Г. В. Структурні компоненти фінансового потенціалу агроформувань / Г.В. Корнійчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск 11, 2017. с.73- 77.
2. Стахнів Н.Д. Методичні засади фінансового потенціалу підприємств// Культура народів Причорномор'я, 2010. № 183. Т. 2. С. 105–107.
3. Кайгородов А. Г. Фінансовий потенціал як критерій доцільності фінансового оздоровлення підприємства// Аудит і фінансовий аналіз, 2007. № 4. С. 226–233.
4. Агєєв А. Стратегічна матриця компанії// Економічні стратегії, 2007. № 5–6. С. 90–96.
5. Онишко С. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку економіки// Фінанси України. 2003. № 6. С. 67–74.
6. Стецюк П.А. Стратегія і тактика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств / К.: ННЦ ІАЕ, 2009. 370 с.
7. Глущенко В.В. Концептуальні засади формування фінансового потенціалу суб'єктів господарювання на Україні // матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, Харків. 2013. С. 13–25.
8. Сердюк-Копчекчи Ю.В. Модель діагностики фінансового потенціала промислових підприємств // Финансы, учет, банки. – Донецк: ДонНУ, Каштан. – 2011. – Вып. 13. – С. 92–102.
9. Маслак О.І. Особливості оцінювання фінансового потенціалу промислового підприємства / О.І. Маслак // Економіка і управління підприємствами, галузями, національним господарством. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Випуск 6/2012 (77) с. 124-129
10. Брюховецька Н.Ю. Модель управління фінансовим потенціалом: функціональний підхід / Н.Ю. Брюховецька, І.П. Булеєв, Л.В. Іваненко // Бізнесінформ №8, 2019 с. 129-135
11. Ляхович Л.А. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та управління. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 22. С. 92–98.

*Толочко Д.Р., здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня
науковий керівник : Хамініч С.Ю., д.е.н., професор,
професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
svetala1704@i.ua*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ В ФУНКЦІОНУВАННІ ТА РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сучасний стан економічного розвитку та функціонування суб'єктів господарювання вимагає осмислення нових підходів та методів до їх господарської діяльності в умовах конкурентного бізнес – середовища. Питанням організації комерційної діяльності в сучасних умовах та принципам практичного застосування маркетингу в діяльності суб'єктів господарювання присвячено достатньо наукових публікацій, але конкуренція, що посилюється на споживчому ринку і супроводжується нестабільністю в економіці, потребують додаткового опрацювання цього питання.

На основі проведення та узагальнення наукових джерел, авторами виявлено основні тенденції у посиленні конкурентних переваг суб'єкта господарювання та обґрунтовано проблеми організації маркетингу у практичних реаліях [1;2;3;4;5;6].

Як один із інноваційних маркетингових інструментів при організації комерційної діяльності суб'єктів господарювання можна назвати застосування аромаркетингу. Даний підхід зародився у США вже кілька десятиріч тому і активно просувається у торгівлі економічно розвинених країн.

В Україні аромаркетинг отримав активне визнання і відносно широке практичне застосування з впровадженням та розповсюдженням мережевої форми торгівлі [2, с. 67]. Доведено, що одним з основних мотивів, що спонукають для покупця при здійсненні покупки є нюх. Психологічний чинник є дієвим інструментом впливу на споживача. Наприклад, споживач впевнений, що якщо у хлібобулочному відділі поширюється аромат свіжої здоби, то це говорить про високу якість продукції, що мотивує його зробити покупку.

Відповідно, використання аромату є потужною ринковою зброєю в конкурентній боротьбі. Цей інноваційний маркетинговий метод набуває особливої актуальності в умовах підвищення уваги споживачів до екологічної безпеки продукції [2].

Наступний маркетинговий інструмент - звукове заповнення торгового простору [4]. Широко використовується музика в торгових точках, починаючи з великих мережевих магазинів та закінчуючи маленькими торговими точками, що є психологічним впливом на споживача [5].

Як показує досвід, у своєму більшості звукове наповнення торгового простору немає нічого спільного з науковим маркетинговим підходом. У вітчизняній повсякденній практиці як звукове наповнення найчастіше використовується просто радіотрансляція, а не спеціально підібраний формат музики, який відповідає даному конкретному торговому закладу [2].

Як результат, створюється простий звуковий фон, який аж ніяк не формує імідж організації торгівлі, а вже тим більше – не стимулює споживачів до здійснення покупки. Виняток становлять, знову ж таки, великі мережеві торгові організації та, як правило, закордонних торгових марок.

Поширена на заході концепція «sustainable lifestyles marketing» спрямована на стимулювання споживання в руслі стійкого розвитку і поєднує в собі концепції: соціальний маркетинг (функція стимулювання поведінки), зелений маркетинг (створення, продаж товарів із екологічною цінністю), відповідальний маркетинг (функція превенції негативних наслідків маркетингу) [3, с. 44].

На думку вчених, поняття “екологічний нестаток” і “екологічна потреба” визначено на основі виділення їх із загальноприйнятих понять і трактуються як почуття, що відчуються людиною в плані нестачі екологічних товарів, послуг і умов існування, а екологічні потреби формуються перевагами споживання екологічних товарів, послуг та умов [2].

Також зростання попиту на екологічно чутливі товари характерне для всіх країн світу і цей попит варто стимулювати ініціативами як суб'єктів некомерційної сфери (через систему тарифів, стандартів, податків на національному та міжнародному рівнях і через лобіювання, цілеспрямовані інформаційні кампанії та різноманітні ініціативи на рівні представників громадського суспільства), так і суб'єктами сфери бізнесу [6].

З метою досягнення поставлених маркетингових цілей суб'єктів господарювання необхідно вивчати мотиви комерційних суб'єктів використовувати зелений маркетинг та мотиви населення стати «зеленим» споживачем. Серед основних причин фірм здійснювати «зелений» маркетинг варто виокремити такі:

- організації сприймають екологічний маркетинг як можливість, яка може бути використана для досягнення їхніх цілей;
- організації вважають, що вони мають моральний обов'язок бути більш соціально відповідальними;
- державні служби вимушують фірми стати більш відповідальними;
- екологічні дії конкурентів змушують фірму змінити її маркетингові дії;
- витрати на видалення відходів чи зменшення матеріаломісткості змушують фірму змінити свою поведінку [5].

Не менш важливим аспектом є специфіка мотивів населення, оскільки «зелені» споживачі характеризуються певними поведінковими особливостями, серед яких відповідальність, бережливість, інтерес до зелених товарів, свідомий вибір на користь якості та здоров'я, перевірка достовірності «зеленості» товару, економічні та психологічні бонуси від споживання товарів, які можна повторно переробити, великі за обсягом покупки. Разом з тим, здебільшого свою екологічну чутливість комерційні суб'єкти часто демонструють через рекламу.

Зелена реклама торкається таких аспектів зелених товарів, як вторинна переробка, відновлювальні джерела енергії, наявність екологічного знаку, вплив на зміну клімату та екологічно чутливі товари і технології.

Отже, зростання попиту на екологічно чутливі товари характерне для всіх країн світу і цей попит варто стимулювати ініціативами як суб'єктів некомерційної сфери (через систему тарифів, стандартів, податків на національному та міжнародному рівнях і через лобіювання, цілеспрямовані інформаційні кампанії та різноманітні ініціативи на рівні представників громадського суспільства), так і суб'єктами сфери бізнесу. [6]

Складні умови, в яких знаходяться вітчизняні підприємства (у тому числі й ті, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність), змушують їх активніше використовувати маркетингові технології.

Таким чином, в умовах сучасних реалій поряд з передумовами, які стимулюють розвиток маркетингу, відзначаються також фактори, що створюють на даному етапі певні складнощі його практичного застосування, які вимагають пошуку актуальних та дієвих шляхів їх подолання.

Список використаної літератури

1. Хамініч С.Ю. Сокол П.М Трансформація механізму маркетингу українських підприємству сучасному бізнес – середовищі [Текст]Монографія / П.М. Сокол, С.Ю. Хамініч – Дніпро: Вид-во «НоваІдеологія», 2022. – 160 с.
2. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85-97.
3. Разінькова М.Ю. Маркетингова політика розподілу. Економічна наука. 2018., С. 57-59.
4. Грицина В. Перелік країн з найбільшою кількістю користувачів Інтернету. URL: <https://pingvin.pro/gadgets/news-gadgets/perelik-krayin-z-najbilshoyu-kilkistyuu-korystuvachiv-internetu.html>.
5. Говера О.І. Маркетингові комунікації в Інтернеті: пошук стратегічних рішень для бізнесу. URL: <http://briz.if.ua/blogs/479.htm> 7.12.2016.
6. Ус М.І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства. Економіка та суспільство.2018. Вип. 15. С. 482-488

Ходаченко Н.В.

магістр кафедри економіки та менеджменту

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків

Карлова О.А., д-р екон. наук професор,

професор кафедри економіки та менеджменту

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків

eakarlova@gmail.com

РЕГУЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗА УМОВ РЕЦЕСИВНОГО РОЗВИТКУ

Зовнішнє середовище житлово-комунального господарства, як показало дослідження, необхідно розглядати як систему двох підсистем: дальнього та конкурентного середовищ. Фактори дальнього середовища виступають свого роду обмежувачами діяльності конкурентної і внутрішнього середовищ житлово-комунального господарства. Досвід вітчизняних українських і зарубіжних житлово-комунальних господарств, не можна просто пристосовувати до зовнішніх умов, необхідно на них впливати, точніше впливати на найближче оточення - конкурентне середовище. Якщо ж житлово-комунальне господарство не здатне впливати на стан середовища, то йому залишається своєчасно використовувати можливості і захищатися від загроз, що генеруються для нього даним середовищем. Виходячи з вищесказаного, оцінку адаптованості напрямків роботи необхідно здійснювати на основі інформації про рівень достатності умов безпосередньо дальнього середовища, що сприятиме його успішній реалізації.

Сукупність факторів крайнього середовища системно впливає на успішність окремого напрямку розвитку. Оцінка адаптованості останнього неможлива без чіткого уявлення про рівень достатності кожного фактору дальнього середовища для забезпечення економічної результативності функціонування житлово-комунального господарства. Кількісне вимірювання ознак, що характеризують елементи дальнього середовища, не дає чіткого уявлення про вплив факторів на процес забезпечення економічної результативності функціонування житлово-комунального господарства. Достатність крайніх факторів середовища визначається за допомогою методу експертних оцінок, що дозволяє визначити, як і в якій мірі, вони впливають на успішність оптимального напрямку роботи житлово-комунального господарства.

У результаті комплексного аналізу економічної результативності житлово-комунальних господарств виявляються слабкі сторони роботи останньої та визначаються шляхи їх усунення, шляхом розробки необхідних напрямків діяльності, характер яких відображається співвідношенням між собою темпів зростання блоків поля економічної результативності.

План розвитку комунальних господарств повинен створюватися на основі аналізу стану і перспектив розвитку соціально-економічної та політичної ситуації в країні, регіоні та місті, з урахуванням матеріальних, інтелектуальних та інших ресурсів, якими володіє, або які може реально залучити місто на цілі свого розвитку. За змістом стратегічний план розвитку повинен охоплювати всі напрямки розвитку комунальних господарств: економічний, соціально-культурний, містобудівний, екологічний та інші. План повинен бути представлений у вигляді прогностичного документу з певним сценарієм розвитку. Стратегічний план розвитку комунальних господарств складається з трьох основних розділів:

- соціально-економічне становище комунальних господарств;
- основи стратегічного управління комунальних господарств;
- цільові комплексні програми розвитку комунальних господарств.

Блок-схема розробки стратегічного плану комунальних господарств представлена на рис.1.

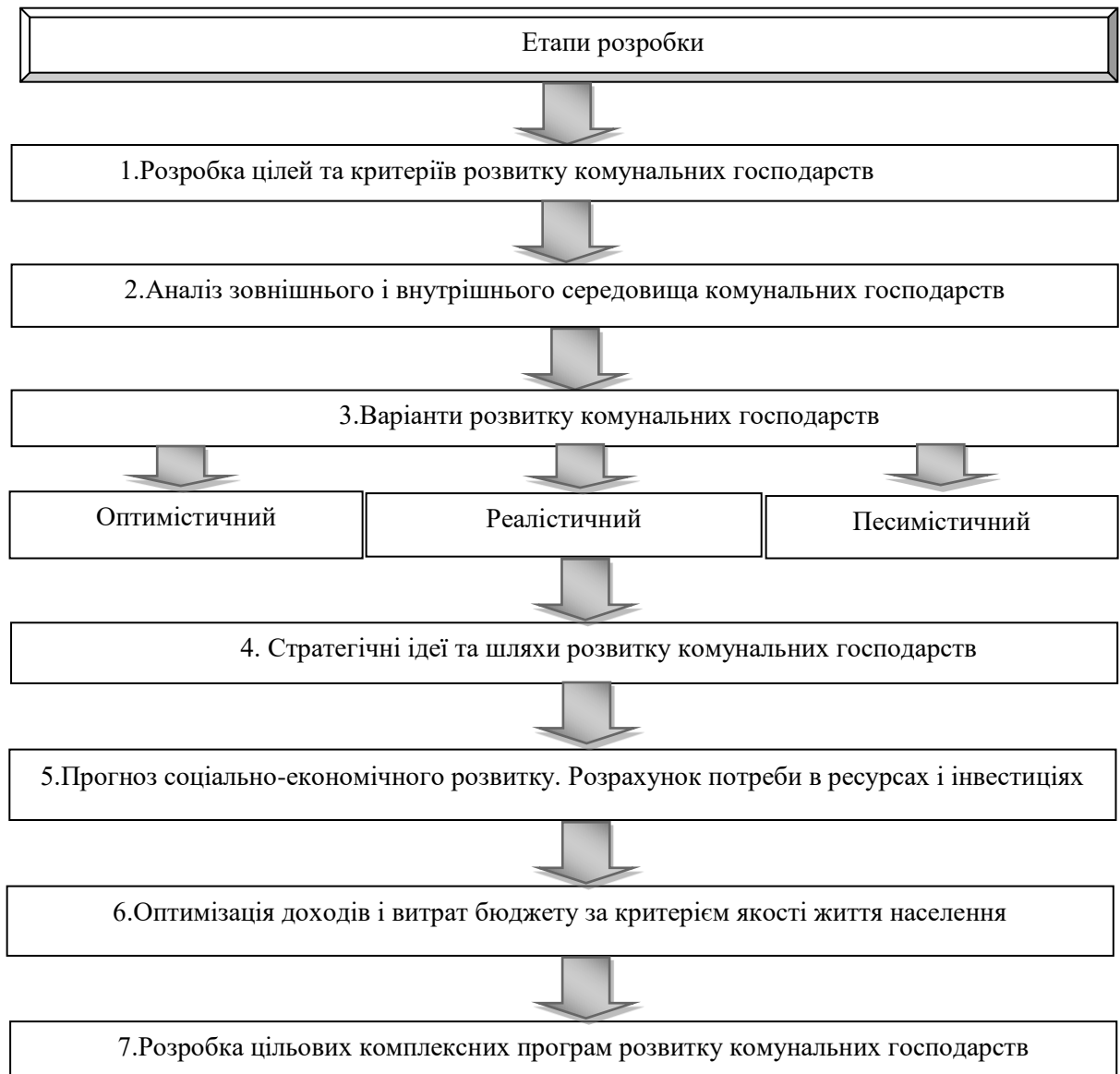


Рис. 1. Блок-схема розробки стратегічного плану комунальних господарств

Досягнення даного співвідношення здійснюється шляхом проведення заходів, що формуються виходячи з обраних напрямків розвитку, що призводить до зміни стану складових внутрішнього середовища житлово-комунального господарства. Тому оцінку рівня достатності умов дальньої середовища для забезпечення економічної результативності функціонування житлово-комунального господарства пропонується здійснювати шляхом бінарного порівняння кожного фактору дальньої середовища за критерієм «сприяє-гальмує» з потенційним напрямком діяльності по кожному елементу внутрішніх параметрів житлово-комунального господарства. За економічним чинником, існуюча тенденція забезпечує успішну реалізацію напрямку розвитку, котрий оцінили за окремим елементом внутрішнього середовища.

Міський спосіб життя, як елемент суспільно-економічної формації на різних етапах суспільного прогресу має свої особливості. У забезпеченні прогресивного економічного зростання виняткову роль відіграють саме комунальні господарства міст, як основа для подальшого розвитку продуктивних сил, концентрації виробництва і населення, які вимагають постійної зміни всіх сфер людського життя.

Зміна сфер людського життя обумовлена, як згадувалося раніше, суперечностями в складній міській системі. Важливим джерелом суперечностей є взаємодія всіх розглянутих законів і закономірностей, об'єктами дії яких є зв'язок елементів матеріально-просторової підсистеми міста, зокрема взаємодія матеріально-технічної та екологічної підсистем. Ці суперечності виникають у ході розвитку міста і вирішуються завдяки впливу на них людського чинника як керуючого елементу в соціально-економічній системі.

Для узагальнення рівнів достатності дальньої середовища необхідний багатомірний аналіз. До основного методу реалізації крім цільової спрямованості та чіткості меж факторів крайньої середовища ставляться ще й допоміжні вимоги наочності кінцевих результатів; комплексність (цілісність) (розгляд факторів дальнього середовища в їх взаємозв'язку); простота обчислювальних процедур.

Список використаної літератури

1. Закон «Про стимулювання розвитку регіонів»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Карлова *О.А.* Соціально-економічні складові функціонування міського комплексу (теорія і практика): [монографія] / *О.А.Карлова.* – Харків: Видавництво „Мадрид”, 2011. – 452 с.
3. Проблеми синергізму та диверсифікації в процесі формування оптимальних економічних структур житлово-комунального господарства України / За ред. *Є.М. Кайлюка.* – Харків: Вид-во «Форт», 2010. – 376 с.
4. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави (національна доповідь) / *Хвесик М.А., Бандур С.І., Корецький М.Х.* та ін.; за заг. ред. *В.М. Гейця* та ін. [наук. монографія]– // РВПС України НАН України. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.

*Чемчикаленко Р. А., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та менеджменту
chemchikalenko.ra@gmail.com
Ткач Я. В., студентка,
Українська інженерно-педагогічна академія*

ІНСТРУМЕНТИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема формування оптимальної структури капіталу є чи не найсерйознішою та найактуальнішою проблемою фінансового менеджменту. Особливо ж актуальними питання пов'язані з реструктуризацією співвідношень складових капіталу постають саме в умовах тотальної нестачі власного капіталу, в тому числі й через воєнні дії в країні, оскільки від такого співвідношення залежать не тільки фінансові результати діяльності підприємства, але й доволі часто сама можливість його існування. Управління фінансовою структурою капіталу полягає в створенні змішаної структури, що є таким співвідношенням власних і позикових коштів, при якому мінімізуються загальні капітальні витрати і максимізується ринкова вартість бізнесу.

При цьому в процесі оптимізації структури капіталу підприємства фахівці виділяють такі критерії оптимізації:

політика фінансування активів – встановлення співвідношень між статтями активу й пасиву балансу, що дозволяє визначити необхідну величину й частку тих чи інших джерел фінансування;

вартість компанії – в світі є безліч теорій, що розглядають взаємозв'язок вартості підприємства й структури його капіталу. При цьому оптимальною вважається та структура, яка максимізує ринкову вартість підприємства;

вартість капіталу – як відомо, всі без виключення складові капіталу мають для бізнеса свою вартість обслуговування. Відповідно оптимальною з цієї точки зору є така структура капіталу, яка мінімізує вартість капіталу;

ризика – сформована структура капіталу підприємства має мінімізувати ризики банкрутства, часткового чи повного неповернення позикових коштів, ризик порушення ритмічності та повноти обслуговування боргу (наприклад, несплати відсотків);

рентабельність – за рахунок ефекту фінансового важеля використання позикових коштів може призвести до збільшення рентабельності власного капіталу підприємства. Оптимальна структура капіталу в цьому разі підвищує рентабельність підприємства, в такий спосіб, з'являється можливість отримати максимальний прибуток за поточного рівні вкладення власних коштів.

На нашу думку, одночасне досягнення в повній мірі всіх поставлених цілей (критеріїв) оптимізації капіталу практично неможливо. В той же час за умов стабільного функціонування економічної системи в більшості випадків бізнесмени віддають перевагу саме підвищенню ефективності використання капіталу, тобто збільшенню його рентабельності.

Відповідно можна виділити наступні методичні підходи до оптимізації структури капіталу на підставі максимізації показнику рентабельності власного капіталу, кожен з яких має свої методики розрахунку [1, 2].

Підхід, заснований на оцінці ефекту фінансового левериджу (важеля) передбачає розрахунок відповідного показника як приросту до рентабельності власного капіталу, що отримується завдяки використанню позикового капіталу, незважаючи на його платність. Цей фінансовий механізм управління рентабельністю власного капіталу дозволяє за рахунок оптимізації співвідношення використовуваних власних та позикових фінансових коштів впливати на прибуток.

$$DFL = (1 - t) * (ROA - i) * E/L \quad (1)$$

де DFL – ефект фінансового левериджу, що полягає в визначенні приросту коефіцієнту рентабельності власного капіталу;

t – ставка податку на прибуток;

ROA – економічна рентабельність сукупного капіталу (відношення валового прибутку до середньої вартості активів);

i – відсотки, сплачені за використання позикових коштів;

L – позиковий капітал;

E – власний капітал.

Проте даний підхід не враховується те, що існують певні види обов'язкових платежів з прибутку після оподаткування (наприклад, штрафів).

ЕВІТ-EPS-підхід – метод порівняння джерел фінансування для вибору структури капіталу фірми, що максимізує прибуток на акцію. Використання даного методу побудоване на оцінці впливу альтернативних довгострокових варіантів фінансування значення коефіцієнта EPS чи прибутку від однієї акції. В якості незалежної змінної моделі розглядається показник ЕВІТ (Earnings Before Interests and Taxes), значення якого не залежить від фінансових рішень й визначається комерційним ризиком. Даний метод передбачає побудову лінійної залежності ЕВІТ-EPS та вибір для прогнозного значення ЕВІТ такої структури капіталу, при якому значення EPS досягало б максимуму.

$$EPS = \frac{(1-t)*(EBIT-i)-Dps}{N_{os}}, \quad (2)$$

де EPS – розмір чистого прибутку на одну звичайну акцію;

ЕВІТ – прибуток до відрахування відсотків за позиковим капіталом та сплати податків;

N_{os} – кількість звичайних акцій в обігу;

D_{ps} – дивіденди з привілейованих акцій;

i – відсотки, сплачені за використання позикових коштів;

t – ставка податку на прибуток.

Проте в умовах національної економіки, де фінансовий ринок є недостатньо розвиненим, використання даного методу є навряд чи можливим.

Підхід, що базується на оцінці виробничо-фінансового левериджу (Degree of Total Leverage – DTL) надає аналітику можливість оптимізації структури капіталу шляхом визначення й оцінки взаємозв'язку між показниками валового прибутку, витрат виробничого й фінансового характеру та чистого прибутку.

$$DTL = \frac{Q*(P-VC)}{Q*(P-VC)-FC-I'} \quad (3)$$

де DTL – рівень виробничо-фінансового левериджу;

Q – обсяг реалізації, шт;

P – ціна одиниці продукції;

VC – величина змінних витрат на одиницю продукції;

FC – величина постійних витрат на одиницю продукції;

I – плата за кредит.

Цей показник дає уявлення про те, як зміна продажів вплине на зміну чистого прибутку та доходу на акцію підприємства. Іншими словами, він дозволить визначити, на скільки відсотків зміниться чистий прибуток за умови зміни обсягу продажів на 1%. Проте він оцінює виключно операційні (виробничі) ризики, при цьому зовсім не враховуючи фінансові.

За умови використання методу максимізації економічної доданої вартості критерієм такої оптимізації виступає економічна додана вартість (EVA).

$$EVA = NOPAT - WACC * IC, \quad (4)$$

де WACC – середньозважена ціна капіталу;

IC – залучені фінансові ресурси;

NOPAT – чистий операційний прибуток від заборгованості за кредитами/позиками та з урахуванням виконання зобов'язань перед державою

Максимізація ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства базується на показнику рентабельності власного капіталу. За такого варіанту оптимізації критерієм виступає максимальний рівень рентабельності власних джерел коштів (ROE) та максимальний розмір чистого прибутку на авансований у діяльність власний капітал.

$$ROE = ПО/ВК * 100, \quad (5)$$

де ПО – прибуток до оподаткування плюс виплата відсотків:

ВК – сума власного капіталу.

Метод фірми DuPont. Розкладання формули розрахунку рентабельності власного капіталу на фактори, що впливають на неї, та аналіз співвідношень, що утворюють коефіцієнт ROE.

$$ROE = ROS * ATR * DFL, \quad (6)$$

де ROS – прибутковість продажів (відношення чистого прибутку до виручки від реалізації продукції);

ATR – оборотність активів (відношення виручки до сукупних активів);

DFL – коефіцієнт фінансового левериджу (відношення величини сукупних активів до значення величини власного капіталу)

Використання ROE в якості критерію оптимізації також має свої проблеми використання, зокрема, практично неможливо вичленити прибуток, що його було сформовано тільки власним, а не сукупним капіталом.

Таким чином, при дослідженні зазначених підходів, можна дійти до невтішного

висновку про те, що всі методи не позбавлені своїх недоліків. Натомість найбільш доцільним для процесу вибору оптимальної структури капіталу можна вважати використання підходу, заснованого на оцінці фінансового левериджу. Це обумовлюється простотою розуміння сутності даного підходу. Сама формула вже вказує нам на структуру джерел фінансування компанії. Так для визначення оптимального співвідношення позикового й власного капіталу за використання цього підходу потрібно лише визначити певне значення плеча фінансового важеля (E/L), при якому ефект фінансового левериджу буде максимальним.

Список використаної літератури

1. Давидов О. І. Моделі доданої вартості підприємств: економічний зміст та особливості побудови. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. №28 С. 167–172.

2. Фінансовий менеджмент: методичні рекомендації до практичних завдань та самостійної роботи для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» другого (магістерського) рівня / уклад. О. Ю. Велика. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 44 с.

**Червінська Л.П., д.е.н., професор
професор кафедри менеджменту**

*Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом»
lpc21@ukr.net*

**Червінська Т.М., к. е. н, доцент
доцент кафедри кібербезпеки, інформаційних технологій та економіки
Київський інститут інтелектуальної власності та права
Національного університету "Одеська юридична академія"
tetcher13@ukr.net**

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Функціонування бізнесу під час військового стану в Україні є надзвичайно складним, але реальним завданням. Адже під час війни вітчизняний бізнес мотивований не лише питаннями самозбереження, але й глобальнішими завданнями - забезпечити працівників роботою та матеріальними виплатами, надати допомогу збройним силам.

Після початку війни російської федерації в Україні поширення набули такі негативні явища як: міграція людей і нерозуміння того чи повернуться вони знову; відсутність особистої безпеки громадян; ризики втрати майна, бізнесу через руйнування; зовнішні економічні обмеження; обмеження транспортування та реалізації продукції, зростання кількості суб'єктів господарювання, котрі наразі неспроможні виконувати свої зобов'язання. До цього також можна додати кардинальні зміни до законодавства, яке в умовах військового стану змінюється чи не щоденно. Якщо бізнес організований таким чином, що існує найманий керівник, то можуть бути проблеми, пов'язані з тим, що управлінець долучився на службу у Збройні сили України, чи якісь інші об'єктивні причини його відсутності на робочому місці. Певна небезпека існує для компаній, в яких бухгалтери-жінки виїхали за межі країни і по суті перестали вести справи підприємства. У зв'язку з цим у компаній можуть бути відповідні проблеми. Останнє створює багаторизикову, нестабільну ситуацію для кожного підприємства чи організації.

За свідченням фахівців протягом першого місяця війни український бізнес втратив більше, ніж за два роки пандемії. За оцінками Національного банку, під час війни вітчизняна економіка втрачає 50% "невиробленого" ВВП, загалом кожний тиждень обходиться нашій економіці понад 50 млрд грн., не враховуючи при цьому втрат від руйнувань. За оцінками МВФ втрати України через військове вторгнення РФ складають близько 35 % ВВП [1]. Багато

вітчизняних підприємств опинилися у районах бойових дій і змушені були евакуюватися в безпечніші регіони країни або ж припинити свою діяльність. Але й ті підприємства, які відносно далеко розміщені від небезпеки, суттєво потерпають внаслідок проблем із логістикою, нестачею сировини, матеріалів, робочої сили тощо. Як свідчить опитування ЄБА та інших організацій, лише 17% вітчизняних компаній працюють на повну, а кожна третя не працює, при цьому третина підприємців планують відновити свою роботу [2].

Варто відзначити і той факт, що сучасний ринок потерпає від дефіциту робочої сили, пального, мінеральних добрив, оборотних коштів. Багато працівників фермерських господарств мобілізовані чи пішли в тероборону, за даними ООН, на початку війни з країни виїхали майже 3 млн громадян. Трохи менше 50% з них –працездатні особи і майже всі – жінки. Значна частина чоловіків працездатного віку була мобілізована, певна частина працівників переїхала у безпечніші регіони країни, а бізнес, який не може релокуватися, потерпає від нестачі робочих рук.

Стосовно ресурсного забезпечення доцільно зазначити, що суттєву частину пального наша країна імпортувала з Росії та Білорусії. Означені поставки зупинилися з початком обстрілів українських територій з цих країн. Крім того, було заблоковано морські шляхи, через які можливою була компенсація нестачі пального.

Найстійкішою в умовах війни виявились компанії ІТ-галузі, так як карантин певним чином підготував їх до сучасного випробування, і майже всі її представники мали чіткі плани дій на випадок непередбачуваних обставин. Багато ІТ-компаній мали свої офіси за кордоном, тому в умовах війни частина працівників змогла переїхати туди. Окремі компанії навіть наполягали на релокації фахівців і фінансували ці заходи, інші ж – надавали підтримку, коли фахівець самостійно бажав переїхати. Проте, більша частина ІТ-фахівців залишається в країні і продовжує працювати в безпечних регіонах. На їх ефективність, можуть негативно вплинути такі проблеми як: поступове сповільнення розвитку економіки, зокрема, через обмеження роботи банківської системи; загроза деградації цифрової інфраструктури, або потенційні обмеження доступу до інтернету, через можливі пошкодження телекомунікаційної мережі чи електроживлення; мобілізація фахівців, більшість з яких це чоловіки.

Вітчизняний металургійний ринок також перебуває в складному становищі, через залежність від експорту продукції морським шляхом. При цьому більшість підприємств галузі знаходиться у південно-східній частині України, де тривають бойові дії. Логістичний ринок теж зазнає значних втрат, бо багато територій були відрізані від сполучення. Складні часи переживає й ринок страхування, при цьому дві третини компаній мають зменшення надходжень на 50-90%. На ринку страхових послуг лише 5% компаній, які працюють без проблем. Це стосується тих, у кого офіси лише на заході України. А приблизно 60% компаній мають проблеми та перебої у роботі, але вони при цьому продовжують працювати. Майже третя частина мають збої в роботі, однак можуть працювати частково. 25% компаній має свої підрозділи й офіси у регіонах, які постраждали від російської агресії [2].

Дослідження свідчать, що 23% компаній мають значні пошкодження офісів й роботу там неможна відновити. При цьому у 80% страхових компаній обсяг фінансових доходів скоротився більш як на 50%. При цьому надто проблематичним є страхування вантажів, авіастрахування взагалі зупинилося, туризму ж практично немає. Так як страховики тримають резерви у депозитах і державних облігаціях, то компанії не можуть оперативнo конвертувати їх у кошти. Однак страхові випадки трапляються частіше, ніж раніше. При збереженні означеної ситуації компаніям доведеться звільняти працівників або ж відправляти їх у тривалі відпустки.

Згідно дослідження Advanter.Group, 48% вітчизняних підприємств малого й середнього бізнесу не можуть перевезти виробництво в інше місце, а 31% не встигли це зробити, близько ж 20% здійснили лише часткову релокацію бізнесу або перебувають у процесі переїзду. Варто зазначити, що підприємницьким структурам, що надають послуги й мають іноземних клієнтів, представникам інтелектуальних та креативних професій легше виїхати чи відновити свою роботу у відносно безпечнішому місці. При цьому, наприклад, аграрні, виробничі, логістичні

підприємства, які територіально прив'язані, (адже відповідні роботи у полі, на фермі неможливо відкласти на певний термін чи перенести), більш обмежені в мобільності. Однак всі добре розуміють, що навіть в умовах війни підприємства повинні працювати там, де це можливо, виплачувати зарплату працівникам, сплачувати податки та давати країні необхідні ресурси для продовження оборони.

За період військової агресії РФ проти нашої країни вітчизняні урядовці та міжнародна спільнота здійснили багато заходів на підтримку діяльності бізнесу та української економіки загалом. За інформацією Міністерства економіки країни для відновлення економічного розвитку в умовах військового стану започатковано програми і заходи підтримки громадян, бізнесу, а саме: підтримка працевлаштування внутрішньо переміщених осіб; тимчасове переміщення бізнесу із постраждалих від бойових дій регіонів; розширення кредитування згідно програми «Доступні кредити 5-7-9» та надання державних гарантій на портфельній основі; виділення мікрогрантів для бізнесу в межах програми міжнародної технічної допомоги за назвою «EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП»; впровадження мікрофінансування ветеранського бізнесу; надання податкових пільг та комплексу заходів з дерегуляції (з урахуванням запровадження декларативного принципу роботи для бізнесу, застосування мораторію на перевірки бізнесу, введення лібералізації трудових відносин для малого й середнього бізнесу).

Поряд з цим, існують грантові можливості для підприємців під час воєнного стану, зокрема: гранти для проектів, які сприятимуть покращенню обороноздатності і післявоєнній відбудові нашої країни, за підтримки USAID; фінансування вітчизняних експортерів; система навчання при підтримці Genesis, Meta і Amazon Web Services IT-підприємців з нашої країни; конкурс ClimateLaunchpad для «зелених» стартапів, а також конкурс бізнес-ідей «Роби своє» в умовах військового стану за підтримки «МХП– Громаді» тощо [3].

Уряд також зменшив податки, дозволивши платити підприємцям 2% з обороту замість 20% ПДВ. До того ж для підприємців першої і другої груп сплата ЄСВ навіть стала добровільною. Однак найсуттєвіші механізми підтримки великого бізнесу – це анонсовані податкові пільги і переважна частина компаній, як свідчать опитування, планують ними скористатися.

Серед релокованих підприємств, які змогли відновити свою діяльність на новому місці, найбільшу кількість складають підприємства таких галузей як: ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів (близько 39 % від загальної частини релокованих підприємств), переробна промисловість (33 %), оптова і роздрібна торгівля, інформація й телекомунікації, професійна, наукова, технічна діяльність та будівництво [4].

Поряд з підтримкою діяльності бізнесу в умовах воєнного стану в країні Верховна Рада України продовжує роботу по лібералізації трудових відносини, постійно оновлюючи законодавство про працю, у березні-травні 2022 року реєстрація суб'єктів нового бізнесу вже наблизилася до 54% порівнюючи із довоєнним аналогічним періодом. В цілому за період відновлення, починаючи з квітня 2022р., темп реєстрації нового бізнесу в умовах військового стану становив 85% до відповідного періоду 2020 року і 63% до відповідного періоду 2021 року [5]. Однак, якщо у 2020 і 2021 рр. серед суб'єктів новоутвореного бізнесу переважали підприємства галузі торгівлі, організацій харчування, індустрії краси, то в умовах військового стану збільшилась реєстрація бізнесу в галузі вантажних перевезень, поштових послуг, благодійництва. При цьому адаптація вітчизняних підприємств до війни відбулася значно скоріше, ніж до пандемії COVID-19, що свідчить про певні позитивні моменти економічного розвитку в цьому напрямі.

Список використаної літератури

1. Дія Сіті: Актуальна добірка матеріалів від експертів LIGA ZAKON. Головна задача – вистояти. Що турбує бізнес в Україні під час війни, УКРАЇНА, 22 ЧЕРВНЯ 2022. – С.1-2.
2. Деревянко А. Бізнес продовжує працювати незважаючи на війну та руйнування, Юридична газета, 2022, С.1.

3. <https://www.rbc.ua/ukr/news/glavnaya-zadacha-vystoyat-bespokoit-biznes>

4. <https://www.unian.ua/economics/finance/mi-povernulisya-yak-ukrajinskiy-biznes-vidnovlyuye-robotu-pid-chas-viyni-novini-ukrajina-11824872.htm>

5. Бізнес під час війни: яку підтримку запропонувала влада і як виживає бізнес - BBC News Україна.

Дейна Л.В. , студентка 4 курсу

*Навчально-науковий інститут педагогіки, психології,
менеджменту та освіти дорослих УППА*

Науковий керівник:

Черняєва А.О., к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва

*Навчально-науковий інститут педагогіки, психології,
менеджменту та освіти дорослих УППА*

canna2501@gmail.com

НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ

Економічний сенс прибутку полягає в тому, що він відображає кінцевий фінансовий результат, а на її величину та динаміку впливають фактори, змінити які підприємство не завжди може. Прибуток не статична категорія, її отримання не гарантоване, але є результатом ефективного ведення бізнесу. Це плата за ризик підприємця та частину доходу, яка «очищена» від витрат на ведення бізнесу. Однією з основних актуальних та нелегких завдань управління прибутком підприємства є її аналіз.

Головна мета факторного аналізу прибутку від продажу – виявлення сильних і слабких місць у ланцюжку продаж при отриманні прибутку.

Структура та склад прибутку, коливання у порівнянні з аналогічними звітними періодами, дія стратегії обліку за кожним прибутковим напрямком, податкові та дивідендні виплати. Основне завдання аналітика – знайти оптимальні шляхи для отримання максимального прибутку. Але подібне дослідження дозволяє також вести контроль виконання планів, визначати об'єктивні та суб'єктивні фактори, що впливають на прибутковість [3]. Факторний аналіз включає відбір і систематизування досліджуваних показників, визначення взаємовідносин між кожним з них та результатом, розроблення рекомендацій, що дозволяють застосовувати отримані дані на практиці.

За допомогою аналітики необхідно виявити головні фактори, а також визначити, як вони впливають на прибуток: позитивно чи негативно. Цей вплив не завжди однозначний. Наприклад, якщо знизити ціну на товар, це може призвести як до збільшення виручки, так і до зменшення. Усе залежить, наскільки дохід перекирватиме виробничі та комерційні витрати. При виборі факторів для дослідження звертають увагу на те, що надає найбільший вплив на прибутковість.

До них відносять:

- споживчу вартість;
- обсяг проданої продукції;
- виробничі та комерційні витрати, виплату зарплати, штрафи, неустойки;
- витрати на сплату податків та відрахування до позабюджетних фондів;
- особливості асортименту;
- сезонні коливання попиту, ринкові тенденції, рівень конкуренції.

Визначившись із чинниками, аналітик проводить дослідження, наскільки прибуток за певний період не збігається з запланованим чи базовим доходом за аналогічний час, наприклад, рік назад. Для цього суму недавнього прибутку поділяють на попередній показник у аналогічному періоді і множать повністю. Якщо результат менший сотні, то за цим критерієм

спостерігається спад, якщо більше – зростання. Також для аналізу прибутковості застосовується методика ланцюгових підстановок. Нею йде обчислення як загальних, так й умовних змін. Для цього беруться показники у звітному періоді, множаться на різницю між запланованим прибутком і витратами, та з отриманої суми віднімаються постійні планові витрати [2].

Маржинальний прибуток показує прибуток, який отримує підприємство від продажу товарної одиниці. Визначення цього показника дозволить точніше виявити вплив таких критеріїв, як обсяг реалізації та змінні витрати (на сировину, матеріали, паливо, електрику). Маржинальний прибуток обчислюють так: число, що позначає кількість проданої продукції, множать на різницю між товарною вартістю та змінними витратами, потім віднімають постійні витрати (на оренду приміщення, амортизацію обладнання тощо). Обсяг реалізованої продукції на постійні витрати впливає. Змінні витрати розраховуються на одиницю виробленої продукції. Проведення подібного дослідження необхідне розрахунку мінімальної кількості товарів, необхідного для реалізації, щоб покрити витрати підприємства [5].

Таким чином, аналіз прибутку та рентабельності дозволяє виявити тенденції розвитку фінансової системи компанії та намітити шляхи вдосконалення її діяльності на основі управлінських рішень.

Одним із найпоширеніших способів визначення причин зміни величини фінансових результатів діяльності підприємства є факторний аналіз. На величину прибутку, як правило, впливають такі фактори: комерційні та управлінські витрати; відсотки до отримання; доходи та витрати від інших видів діяльності тощо.

За допомогою факторного аналізу виявляються ключові чинники, і навіть здійснюється регулювання обсягів надходжень. Результати факторного аналізу є підставою для прийняття підприємством управлінських рішень про її подальше функціонування. Факторний аналіз визначає вплив різних факторів на результативний показник за допомогою детермінованих чи стохастичних методів дослідження. Велике значення у процесі проведення аналізу звіту про фінансові результати приділяється вивченню показників рентабельності. Завершальним етапом аналізу звіту про фінансові результати підприємства є підбиття підсумків та виявлення резервів збільшення суми прибутку та рівня рентабельності за рахунок нарощування обсягу виробництва, поліпшення якості продукції, зниження собівартості [1].

За сучасних умов нерідко виникають ситуації, які негативно впливають на формування фінансового результату діяльності підприємства. Це можуть бути стихійні лиха, порушення договірних зобов'язань, прорахунки покупців та продавців, висока конкуренція, зміна цін, податків, політичної ситуації у країні тощо. Щоб здійснювати нормальне функціонування у майбутньому, підприємству необхідно розробляти дієві заходи, створені задля підвищення ефективності своєї діяльності. Ця проблема набуває важливого значення й у процесі проведення аналізу звіту про фінансові результати, оскільки заключним його етапом є розробка заходів щодо збільшення суми прибутку та рівня рентабельності. Одним із важливих показників, що характеризує кінцеві результати діяльності організації, є чистий прибуток. Для того, щоб підвищити ефективність своєї діяльності, збільшити суму прибутку та рівень рентабельності, підприємству необхідно провести низку наступних заходів: збільшити виручку від продажів; знизити собівартість продукції за допомогою раціонального використання наявних ресурсів; розширити ринок продажів; поліпшити якість продукції; збільшити асортимент пропонованої продукції, робіт, послуг; підвищити продуктивність праці; підвищити конкурентоспроможність продукції; мінімізувати витрати та втрати.

Надати позитивний вплив на величину виручки можна за допомогою підвищення якості запропонованої продукції. Важливу роль тут грає також персонал підприємства, що вмie грамотно позиціонувати свою продукцію, зацікавити клієнта, проконсультувати покупця з важливих питань. Персонал повинен вміти залучати клієнтів до комунікабельності. Звідси випливає ще один спосіб збільшення виручки від продажу – мотивація та стимулювання персоналу підприємства. Грамотно розроблена політика організації зі стимулювання працівників за допомогою премій та відсотків може призвести до збільшення їх працездатності

та якісного виконання своєї роботи. Прибуток виступає мотиваційним фактором для зростання економічної ефективності використання ресурсів виробництва, що є основним джерелом економічного та соціального розвитку колективу [2].

Найефективнішим способом росту є вихід організації нові ринки збуту. Здійснити це можна за допомогою таких підходів, як реклама та вигідна співпраця з перспективними або вже успішними постачальниками. Для отримання максимального прибутку бажано поєднувати обидва ці підходи. Найбільш дієвим способом просування товарів та послуг є реклама. Проте важливо наводити вагомі, достовірні аргументи, що не викликають сумнівів, що підтверджують якість запропонованої продукції. До основних інструментів реклами відносять телебачення, зовнішні носії та Інтернет.

Ще одним важливим чинником, що впливає на прибуток, є зниження собівартості продажів. До заходів, спрямованих на зниження собівартості, належать такі: посилення контролю над якістю реалізованої продукції, послуг, виконуваних робіт; скорочення витрат на ремонт та обслуговування обладнання, а також зменшення податку на майно; здача в оренду майна, що не використовується, з метою отримання додаткового доходу; оптимізація оподаткування; зниження витрат за комунальні платежі [4].

При проведенні заходів щодо зниження собівартості продажів важливо зберегти при цьому якість продукції, робіт, послуг. Найбільш ефективним способом зниження собівартості продукції та підвищення ефективності праці є автоматизація бізнесу, що є частковим або повним перекладом рутинних операцій під контроль спеціалізованої інформаційної системи або програмно-апаратного комплексу. Завдяки автоматизації збільшується швидкість та обсяги реалізації продукції.

Ще одним важливим фактором, що впливає на підвищення ефективності діяльності підприємства та збільшення його прибутку, є впровадження новітніх технологій. На початковому етапі це потребує значних вкладень, але вони економічно виправдані, оскільки сприяють зниженню собівартості [5].

Говорячи про прибуток, необхідно згадати про конкурентоспроможність продукції. Основною метою конкуренції виступає боротьба за отримання найбільшої суми прибутку. Продаж подібних за своїми споживчими якостями товарів зумовлює виникнення конкуренції. Для підтримки конкурентоспроможності своєї продукції підприємству необхідно привернути увагу потенційних покупців шляхом підвищення якості продукції та обслуговування, а також збільшення різноманітності асортименту. Ще одним фактором, за допомогою якого організація може збільшити прибуток, є підвищення цін на товари, роботи, послуги, що реалізуються.

Таким чином, будь-якому підприємству в першу чергу варто звернути увагу на розробку заходів, спрямованих на збільшення виручки від продажів, оскільки цей фактор найбільше впливає на суму прибутку. Дотримання всіх запропонованих рекомендацій допоможе економічним суб'єктам досягти підвищення ефективності діяльності та отримання максимального прибутку в майбутньому.

Список використаної літератури

1. Агеєва, Д.С. Удосконалення управління прибутком підприємства. Бізнес та суспільство: електронний журн. 2019. № 1 (21). URL: http://business-society.ru/2019/num-1-21/19_ageeva.pdf (дата звернення: 01.10.2021).
2. Головачов А.С. Методологічні основи управління формуванням прибутку для підприємства за умов його інноваційного розвитку. Економіка та управління. 2019. № 1 (45). С. 13-20
3. Громова А.Є. Аналіз фінансового стану підприємства з огляду ефективного використання фінансових ресурсів / А.Є. Громова, К.В. Крамаренко, Т.О. Рудик. Молодий вчений. 2016. № 5 (32). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/5/12.pdf> (дата звернення: 11.10.2021).

4. Дорошенко А. П. Оцінка ліквідності та платоспроможності в контексті діагностики загального фінансового стану підприємства. Ефективна економіка. 2010. №3. С. 72. URL: www.economy.nauka.com.ua (дата звернення: 01.10.2021).

5. Пайтаєва К.Т. Фінансові результати діяльності підприємства: суть, класифікація, аналіз. Економічні науки. 2019. № 181. С. 141-145.

6. Gadoiu M. The optimization of the enterprise financial analysis through the financial system of control du pont. Economy series. 2016. pp. 236-240

*Шелест О. Л., канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри Економіки та Менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків
ashelest1973@gmail.com*

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Особливо зростає необхідність контролю фінансових показників в періоди економічних криз. В останні два роки ключовим фактором зовнішнього впливу на діяльність суб'єктів господарювання в Україні стали карантинні обмеження (особливо у сфері невеликого бізнесу) та зниження купівельної активності споживачів. Внаслідок зниження ділової активності суб'єкти господарювання не отримують достатньої кількості грошових коштів, що загрожує втратою платоспроможності. Отже дослідження в сфері аналізу платоспроможності, фінансової стійкості та ділової активності підприємств залишаються актуальними в сучасних умовах.

Нагальна потреба забезпечення ефективного функціонування підприємств та набуття конкурентних переваг в умовах глобальної нестабільності, структурних зрушень та модернізації підприємництва на засадах Industry 4.0 потребує розробки бізнес-рішень, що ґрунтуються на застосуванні новітніх технологій управління та орієнтовані на поєднання стратегій розвитку окремих підприємств із глобальними пріоритетами сталого розвитку [1]. Тому актуальним і доречним є дослідження формування системи фінансового контролінгу на підприємстві як прикладної технології інфокомунікаційної взаємодії управлінського персоналу з питань забезпечення його конкурентоспроможності й довгострокового ефективного функціонування в умовах цифрової трансформації економіки України та її інтеграції до світового господарства .

Головне завдання при реалізації комплексного системного підходу полягає в розробці відповідних його суті інструментальних методів і засобів, що дозволяють виявляти й впливати на потенційні кризові ситуації, проектувати варіанти процедур їхнього розв'язання і відповідну цим процедурам інформаційну базу управління. І на цій основі при виникненні кризових ситуацій і за допомогою спеціальних заходів антикризового управління оперативним шляхом успішно вирішувати проблеми виходу з цих ситуацій [2].

Доцільність реалізації ситуаційного підходу в управлінні виробництвом зумовлена і необхідністю удосконалювання організаційних структур у швидкозмінних умовах управління.

Прогнозування проблемних ситуацій, що виникають в підприємствах на всіх етапах їхнього функціонування, дозволяє заздалегідь розробляти процедури їхнього розв'язання з урахуванням обмежень на час вироблення управлінського рішення і впливу, наявність людських, фінансових, матеріальних ресурсів, науково-технічного заділу і т. д.

Забезпечення економічної самостійності підприємства припускає створення умов для реалізації його економічного суверенітету, що виражається, насамперед, у реалізації права і реальної можливості вільного вибору господарської діяльності, ухвалення рішення про те, що й у якій кількості робити, кому і за якими цінами продавати [3].

Однак, маючи право самостійного вибору напрямку своєї господарської діяльності, підприємство одночасно несе всю повноту відповідальності за прийняті рішення.

Важливо, щоб стан фінансових ресурсів відповідав вимогам ринку та відповідав потребам розвитку підприємства.

Саме тому особливу актуальність має проблема оцінки фінансової безпеки підприємства, що є метою дослідження.

Стійка діяльність підприємства залежить як від обґрунтованості стратегії розвитку, маркетингової політики, від внутрішніх можливостей ефективно використовувати всі існуючі в його розпорядженні ресурси, так і від зовнішніх умов, до числа яких відносяться податкова, кредитна, цінова політика держави та ринкова кон'юнктура. Через це в якості інформаційної бази аналізу фінансового стану повинні виступати звітні дані підприємства, деякі задані економічні параметри і варіанти, при яких змінюються зовнішні умови його діяльності, котрі потрібно враховувати при аналітичних оцінках та прийнятті управлінських рішень.

Підприємство, яке досліджувалось, має недостатню фінансову стійкість. Умова абсолютної ліквідності балансу не виконується. Протягом всього періоду грошових коштів та інших найбільш ліквідних активів не вистачає для покриття найбільш термінових зобов'язань. Таким чином ліквідність підприємства порушена.

Значення загального показника ліквідності також має тенденцію до зниження. Показник 2021 року свідчить про високий фінансовий ризик, пов'язаний з тим, що підприємство не в змозі сплатити свої рахунки. Тобто сума поточних активів є меншою за суму короткострокових зобов'язань. Приймаючи до уваги різний ступінь ліквідності активів, можна з впевненістю передбачити, що не всі активи будуть реалізовані в терміновому порядку, тобто в даній ситуації буде загроза фінансовій стабільності підприємства.

Проведений аналіз свідчить про поступове зменшення фінансової безпеки підприємства протягом трьох років. Протягом 2019 – 2021 років можна стверджувати, що фінансовий стан підприємства ідентифікується як незадовільний (з впевненістю 70-80 %) та критичний (з впевненістю 20-30 %), «рівень фінансової безпеки» – фінансова напруженість (з впевненістю 70-80 %) та фінансова криза з впевненістю 20-30 %, що характеризується середнім та високим рівнем загроз пріоритетним фінансовим інтересам підприємства.

Відповідно отриманих даних підприємству рекомендовано прийняття відповідних управлінських рішень щодо подолання кризових ситуацій, адже його рівень фінансової безпеки ідентифікується як «фінансова криза».

Список використаної літератури

1. Бруслиновська І. В., Матвійчук В. І. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства. *Економіка і організація управління*. 2018. Вип. 3. С. 100-111.
2. Ковальчук Т. М. Діагностичний аналіз фінансового стану: теорія та методологія. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 5(1). С. 129-134. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_5\(1\).pdf](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_5(1).pdf).
3. Підхомний О. М. Діагностика фінансового стану підприємства. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2019. Вип. 23. С. 234-237.

СЕКЦІЯ 3. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ ТА ЇХ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Алексєєнко В.О.

здобувачів вищої освіти кафедри менеджменту

Аніщенко Л.О.

старший викладач кафедри менеджменту

Усіченко І.В., к.ф.н., доцент

доцент кафедри менеджменту

Український державний університет науки і технологій

Навчально-науковий інститут промислових та бізнес технологій

an.lud.98@gmail.com

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

Не викликає сумніву тісний зв'язок між конкурентною позицією банку та його інноваційним потенціалом. Для вітчизняних банків інновації є не тільки критерієм оцінки конкурентоспроможності, але й умовою виживання на ринку. Тому особливо великого значення набуває їх здатність енергійно реалізовувати інноваційні проекти й ефективно управляти ними [1].

Процес нововведень має охоплювати практично всі сфери діяльності банку.

Багатомірна нова економіка, становлення якої в глобальних координатах відбувається динамічними темпами, породжує нові можливості та продукує нові виклики. Одним із векторів нової економіки є суттєве зростання сегменту послуг, що актуалізує реструктуризацію національних економічних систем. У секторальній структурі української економіки банківські послуги нині становлять незначну частку [2].

Рушійною силою перетворень у банківській системі є персонал – основний інтелектуальний ресурс.

Отже, нині проблеми формування кадрового потенціалу комерційних банків особливо актуальні. Крім того, відсутність достатньої кількості науково-практичної літератури і відповідного методичного забезпечення в даній галузі визначає необхідність проведення різних досліджень за цими напрямками.

Саме від ефективної діяльності персоналу залежить конкурентоспроможність банку та збереження його конкурентних переваг в умовах жорсткої конкуренції на фінансовому ринку. Тому професійний рівень персоналу, його компетентність та вмотивованість є визначальними при оцінці перспектив розвитку банку.

Управління персоналом – це діяльність, спрямована на ефективне використання персоналу для досягнення цілей як організації, так і особистостей. Поняття «управління персоналом» має два основних аспекти: функціональний та організаційний.

Кадрове забезпечення банків – це сукупність всіх працівників, які здійснюють покладені на них обов'язки, що закріплені посадовими інструкціями та іншими нормативними положеннями та забезпечують виконання функцій банку в межах своїх повноважень і компетенцій.

Ефективність виконання функцій та здійснення операцій на ринку позичкового капіталу, якість обслуговування клієнтів з числа юридичних та фізичних осіб значною мірою залежить від компетентності та вмотивованості персоналу банківських установ [3].

У сфері банківської діяльності персонал як носій інтелектуального капіталу та інноваційного потенціалу набуває пріоритетного значення, а досконалість управлінських технологій його формування, використання та розвитку відіграє роль одного з основних чинників набуття конкурентних переваг.

Для ефективного управління персоналом поряд із традиційними методами управління необхідно використовувати інновації, вдосконалені та нетрадиційні підходи в управлінській діяльності, тому що в наші дні основою будь-якого виду управління підприємством є високоефективна діяльність. Оцінити ефективність діяльності персоналу та банку загалом, доцільно за допомогою методології Business Performance Management (BPM) [11].

BPM - це програма підвищення ефективності, мотивації та стимулювання розвитку співробітників організації. Іншими словами, це - Система Управління Досягненнями.

В основі методології BPM лежить ідея безперервного управлінського циклу, що включає розроблення стратегії. На цьому етапі відбувається визначення стратегічних планів розвитку підприємства, формується система ключових показників ефективності (KPI) і встановлюються їхні кількісні значення. Здійснюється оперативне розроблення планів і перерозподіл ресурсів для виконання стратегії. Заплановані цільові значення KPI використовуються як орієнтири під час підготовки планів; моніторинг і контроль. Проводяться оперативний облік фактичного виконання бюджетів, зіставлення планових і фактичних значень у статтях бюджетів, а також планових і фактичних KPI; аналіз і регулювання. Закінчується цикл корпоративного управління коригуванням стратегічних цілей і оперативних планів, забезпечуючи наступність його етапів [4].

Ще одним варіантом удосконалення системи управління персоналом є модуль інформаційної системи SAP - «SAP HR», який забезпечує економічність, зручність та швидкість вирішення питань підбору та найму персоналу. Програмне забезпечення, що пропонується для роботи HR-відділів, здебільшого має обмежений функціонал, спрямований в першу чергу на вирішення таких завдань, як кадровий облік і розрахунок заробітної плати. SAP HR пропонує зовсім інший підхід до автоматизації служб із роботи з персоналом.

Якісно побудована система SAP HR діє не фрагментарно, а підкоряється загальній логіці управління компанією у відповідності зі стратегією її розвитку [14].

Основні функції системи SAP HR: адміністрування персоналу; ведення організаційної структури компанії; розрахунок заробітної плати і формування звітності; управління робочим часом працівників; планування витрат на персонал; розвиток та управління талантами; управління політикою мотивації співробітників; формування і робота з кадровим резервом; аналіз ефективності діяльності персоналу.

Для того щоб підвищити ефективність діючої системи управління персоналом, банку додатково треба впровадити методи, що будуть враховувати індивідуальний підхід до адаптації, навчання та мотивації кадрів [5].

Нині поступово збільшується кількість банків, які значну увагу приділяють інноваційним продуктам і технологіям. Однак поки що цей процес не можна назвати систематичним, він, скоріше, має стихійний характер

Список використаної літератури

1. Кузнєцова А.Я., Карпа Я.Т. Банківський сектор України як джерело фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності // Вісник НБУ. – 2004. – № 1 (95). – С. 60-63.
2. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку : монографія. – Ірпінь: Національна академія ДПС України, 2004. – 434 с.
3. Гузенко О.П., Шокало Т.П. Управління персоналом комерційного банку: проблематичний та інноваційний аспект. *Молодий вчений*. 2015. № 2 (2). С. 41-44.
4. Пучкова С.І. Управління кадровою безпекою підприємства через сучасні кадрові технології [Електронний ресурс]. 2013. URL: <https://u.to/NskmFA> (дата звернення:06.03.2020).
5. Мельник О. Ю, Саркісян Л.Г. Удосконалення системи управління персоналом підприємства [Електронний ресурс]. URL: jvestniksss.donnu.edu.ua/article/download/4858/4888 (дата звернення:06.03.2020).

*Андрущенко В.В.,
здобувач освіти другого (магістерського) рівня
Дуднева Ю.Е., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків
j_dudneva@ukr.net*

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ

На особливості інновацій в діяльності підприємств взагалі та інноваційну політику зокрема впливають чинники, які пов'язані із специфікою торговельної галузі як сфери економічної діяльності, специфіка організації бізнесу, специфічні риси конкурентної боротьби у галузі тощо.

Основний продукт торгівлі – послуга – характеризується властивостями невідчутності, неможливості зберігання і мінливості якості. Специфічність якості послуги пояснюється її нестійкістю, неможливістю протестувати послугу до її споживання. Інформація, що отримується в ході щоденного контакту зі споживачем, служить основою формування інновацій як для сфери торгівлі, так і для сфери виробництва, тому торгова послуга характеризується тим, що її неможливо відділити від виробника.

Більшу частину суб'єктів торгівлі складають малі та середні торгові підприємства, які, як правило, першими починають продаж товарів-новинок, виробники яких ще не досягли широкого масштабу розподілу і виходу в роздрібні торговельні мережі. Одночасно з цим простежується тенденція домінування великих роздрібних торгових мереж.

Управління інноваційною діяльністю більшості роздрібних торгових підприємств здійснюється безсистемно, стихійно.

Системне управління інноваційним розвитком сфери роздрібною торгівлі проводять великі роздрібні підприємства, що мають, як правило, мережеву структуру. Розвиток інноваційної діяльності більшості суб'єктів торговельної галузі має екстенсивний характер і пов'язане з оновленням асортименту, удосконаленням мерчандайзингу і торгової реклами, відкриттям нових магазинів.

Здійснення інноваційної політики на ринку характерно переважно для великих мережевих компаній, інноваційна політика малих і середніх торговельних підприємств у багатьох випадках здійснюється без належного забезпечення і носить несвідомий, стихійний характер.

Інноваційна політика великого числа роздрібних торгових підприємств орієнтована переважно на зміну комплексу маркетингу і розвиток, заснований на залученні в товарообіг нових ресурсів.

Особливості споживчого попиту та поведінки споживачів проявляться через: сильну диференціацію населення за рівнем доходів, що є одним з джерел диференціації в потребах; низький рівень продуктивності праці, низька якість багатьох вітчизняних товарів, що лежать в основі переваги закордонних товарів вітчизняним для багатьох споживачів; вітчизняний споживач став велику увагу приділяти брендовим товарам і готовий переплатити за товар відомої марки; поведінка споживачів характеризується переважанням емоційної мотивації здійснення покупок.

Це призводить до можливості сформулювати наступні особливості інноваційної діяльності підприємств торговельної галузі:

- особливості диференційованого попиту виступили в якості передумови формування і розвитку сучасних форматів роздрібною торгівлі.

- інноваційна діяльність багатьох вітчизняних ритейлерів орієнтована на закордонний досвід, тобто інновації в вітчизняну роздрібну торгівлю, в більшості випадків, запозичуються від закордонних компаній.

– емоційний характер здійснення покупок споживачем впливає на зміни методів впливу на споживача, що дає широкі можливості інноваційної діяльності в сфері брендингу, мерчандайзингу, реклами.

Інноваційна політика роздрібною торгівлі повинна бути орієнтована на диференціацію по різним видам впроваджуваних інновацій, повинна ініціювати впровадження вітчизняних інновацій, стимулювати створення і впровадження власних інновацій, а саме нових методів стимулювання продажів.

Висока швидкість поширення інновацій в сфері роздрібною торгівлі призводить до необхідності постійного моніторингу учасниками ринку дій інших компаній. Результати цього моніторингу багато в чому визначають їх власне ринкове позиціонування. Постійний моніторинг роздрібного ринку сприяє запозиченню і адаптації нововведень, що пояснює високі темпи поширення інновацій в сфері роздрібною торгівлі: традиційні методи торгівлі змінюються новими, більшого поширення набувають сучасні формати торгівлі, постійно розвиваються методи просування товарів і послуг, стимулювання продажів і т.д.

У результаті низької інноваційної активності вітчизняних товаровиробників підприємства торгівельної галузі не забезпечуються належним асортиментним наповненням. В інноваційній складовій роздрібних торгових підприємств присутня висока частка імпортованих товарів. Інноваційна політика в сфері роздрібною торгівлі повинна ініціювати підвищення інноваційної активності промислових підприємств.

Характер конкуренції торговельної галузі визначається активною участю іноземних роздрібних торгових мереж. Особливості інноваційної діяльності, які обумовлені цим фактором, можуть бути сформульовані так:

– зростаюча конкуренція має стимулюючий вплив на інноваційну активність суб'єктів торговельної галузі, що мають, як правило, невисокий рівень її підвищення (в силу домінування дрібних і середніх підприємств торгівлі).

– більшість інновацій, що з'являються в сфері роздрібною торгівлі на вітчизняному ринку, є запозиченнями з зарубіжної практики.

Для більшості вітчизняних суб'єктів роздрібною торгівлі характерний переважно реактивний тип інноваційної політики. У зв'язку зі зростаючою конкуренцією, зростанням вимог споживачів частка активної складової інноваційної політики повинна зростати.

Список використаної літератури

1. Антохов А.А., Котельбан С.В. Регулювання інноваційного розвитку економіки в умовах глобалізації: зміст, методи, інструменти. *Інноваційна економіка*. 2019. № 1-2 (78). С. 41-46.
2. Волошук В.В. Механізми активізації інноваційного розвитку. *Інноваційна економіка*. 2019. № 7-8. – URL: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/180>
3. Квасницька Р. С., Ардашкіна Н.С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 6. С. 249-259.
4. Федулова Л.І. Інноваційність розвитку сфери торгівлі. – URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2016/03/3.pdf>.

*Вишневська М.К., к.т.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
Крамаренко А.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Петренко А.І.,
магістрант кафедри менеджменту
ННІ «Інститут промислових та бізнес технологій»
vishnevskayamk@gmail.com*

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ ПІД ВПЛИВОМ МАСОВОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ

Сучасне мінливе бізнес-середовище висуває відповідні вимоги до суб'єктів господарювання. Вітчизняні реалії функціонування більшості організацій пов'язані зі швидкими змінами та реформами, широким розповсюдження електронних послуг, масовою діджиталізацією процесів. Тому у практичній діяльності установ все більше уваги приділяється управлінню змінами взагалі та організаційними змінами зокрема.

Вітчизняні та іноземні фахівці тривалий час досліджують проблеми управління змінами, серед них, на власну думку, особливої уваги заслуговують праці таких науковців, як: Айзенштат Р., Баллок Р., Бір М., Брідж В., Бухбіндер Р., Дак Д., Друкер П., Норберт Т., Харрінгтон Дж., Фрайлінгер К., Фішер І, Кемірон Е. та інші. Вітчизняну школу управління організаційними змінами представляють роботи вчених: Божко Л., Гарафонової О., Діденко В., Мазур І., Осовської Г., Осовського О., Покотило Т., Степаненко С., Чернявської І., Шапіро В. та інших.

Не можна не відмітити, що взагалі-то, науковий інтерес до поняття «змін» простягається своїм корінням ще в античну філософію Платона та Аристотеля. Так, Платон вважав, що речі знаходяться в постійній зміні, тому розглядав зміну як речову характеристику. В той час як Аристотель виділяв чотири види змін – місця, якості, кількості та субстанції. У новій філософській парадигмі зазначається, що зміна – це категорія, яка характеризує стан альтернативний стабільності, зміну змісту в часі.

В умовах глибинних трансформаційних процесів, організаційні зміни виступають найважливішою складовою діяльності компаній, адже зумовлюють не лише особливості їх функціонування, а й виступають запорукою їх виживання та розвитку. Необхідність управління змінами пов'язана також із невідповідністю процесу управління потребам середовища її функціонування. При цьому слід враховувати, що зміни у будь-якому одному підрозділі організації, зазвичай, впливають на інші підрозділи і на організацію в цілому.

Тож дослідимо підґрунтя управління організаційними змінами в епоху масової діджиталізації процесів. Так процес управління змінами, як зазначається у [1], починається з моменту усвідомлення їхньої неминучості та спирається на ряд принципів:

- принцип комплексності (реалізація всіх етапів процесу організаційних змін з урахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів впливу);
- принцип системності та послідовності (системна реалізація процесу змін з урахуванням часових факторів впливу);
- принцип інтегрованості (інтегрованість процесу змін із загальною стратегією);
- принцип стимулювання та залученості персоналу (підготовка внутрішнього середовища установи до сприйняття майбутніх організаційних змін, розробка системи морально-матеріальних стимулів подолання опортунізму);
- принцип ефективності (забезпечується шляхом реалізації функцій регулювання та контролю процесу змін).

Причини, що спонукають керівництво (рідше персонал) до запуску процесу змін в організації можуть бути надзвичайно різними, та знаходитися у площині зовнішнього та внутрішнього організаційного контексту компанії.

До найбільш розповсюджених зовнішніх причин можемо віднести: економічну ситуацію, державні важелі, різні соціально-культурні компоненти, законодавчі зміни, конкуренцію, купівельні вподобання та купівельну спроможність споживачів, зміни у системі цінностей суспільства тощо. До внутрішніх причин: організаційні кризи, зниження продуктивності, перепрофілювання компанії, застарілість продуктів (технологій), зміни у системі цінностей персоналу організації тощо. Зрозуміло, що внутрішні причини більш контрольовані, в той час як на зовнішні причини майже неможливо впливати та важче спрогнозувати.

Нині надзвичайно вагомий вплив на всі сфери життєдіяльності відбувається внаслідок масової діджиталізації процесів, що спонукає до відповідних процесів організаційних змін на рівні підприємств, установ, організацій. Більш того, на сьогодні впровадження електронних послуг, які по суті виступають оцифрованим форматом адміністративних послуг, є одним з пріоритетних державних напрямів розвитку електронного урядування. Яскравими прикладами цього є розробка та широке застосування в Україні таких застосунків, як: Дія, E-Health, E-Journal та ін.

Розглянемо вплив діджиталізації на ініціацію процесів управління організаційними змінами на прикладі медичної сфери, зокрема запровадження «E-Health» – електронної системи охорони здоров'я, що забезпечує обмін медичною інформацією та реалізацію програми медичних гарантій населенню, покращує доступ пацієнтів до медичної допомоги та полегшує роботу лікарів. Нині у цій системі налічується значний перелік медичних інформаційних систем, що вимагало проведення суттєвих змін у більшості процесів функціонування закладів охорони здоров'я.

Сучасна цифрова медицина спрямована на забезпечення он-лайн взаємодії між пацієнтами, медичними працівниками та установами за допомогою цифрових технологій. Також завдяки електронній системі охорони здоров'я пацієнти отримують можливість відслідковувати наявність у конкретних лікарнях безкоштовних ліків або наявність того чи іншого запасу препарату у аптеках.

На сьогоднішній день, в електронній системі охорони здоров'я вже відбувається:

- реєстрація закладів охорони здоров'я;
- реєстрація облікових записів лікарів;
- виписки електронних рецептів за програмою «Доступні ліки»;
- створення, внесення, перегляд та обмін деклараціями про вибір сімейного лікаря;
- збереження, автоматичне резервування і відновлення даних;
- підпис кваліфікованим електронним підписом всіх документів, що вносяться до

центральної бази даних медичними працівниками.

Зрозуміло, що для забезпечення такого широкого спектру послуг в умовах цифрової трансформації медичної сфери, управління організаційними змінами у медичних закладах є неминучим кроком.

Схожі процеси цифрової трансформації, які спонукають до відповідних організаційних змін, відбуваються і в інших сферах, наприклад, у сфері закладів освіти.

Резюмуючи, хотілось би зауважити, що організаційні зміни, беззаперечно, є рушійною силою розвитку суб'єктів господарювання всіх сфер діяльності. Адже при грамотному та ефективному управлінні, вони сприяють виникненню конкурентних переваг, покращенню якості продуктів та послуг, загальному підвищенню ефективності діяльності установ.

Список використаної літератури

1. Покотило, Т. (2020). Управління організаційними змінами як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*, (22). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-91>

*Гулик Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Сичук В.М. – магістрантка
кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Український державний університет науки і технологій
tg95rabota@gmail.com*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ ТА ЙОГО ВИДИ

Важливою характеристикою товарної маси, що надходить у торговельну мережу, є асортимент. Асортимент товарів – набір товарів різних груп, підгруп, видів і різновидів, що їх об'єднують за певною споживчою, торговою або виробничою ознакою для характеристики складу товарної маси в різних умовах. Товарний асортимент має велике соціально-економічне значення, оскільки від нього залежить повнота задоволення споживчого попиту та якість торгового обслуговування суб'єктів ринку.

Сукупність асортиментних груп товарів, що їх пропонує покупцеві продавець є товарною номенклатурою. Товарна номенклатура – це перелік однорідних і різнорідних товарів загального або аналогічного призначення. Номенклатура буквально означає перелік імен. Що стосується товарної номенклатури, то це перелік груп товарів, пропонованих конкретним продавцем. Продавець же може пропонувати покупцям продукцію одного чи декількох виробників, залучаючи номенклатуру продукції кожного з них у повному обсязі або частково. Отже товарний асортимент і товарна номенклатура пов'язані між собою. Можна сказати, що товарний асортимент – це згрупована за певною ознакою товарна номенклатура. І товарна номенклатура, і товарний асортимент відображають загальну сукупність виробів підприємства, але з різним ступенем деталізації. Загальна сукупність глибин кожної товарної лінії (асортиментної групи) формують товарну номенклатуру. Асортимент споживчих товарів поділяється на: групи – за розташуванням товарної маси; підгрупи – за широтою представлення товарів у торговельній мережі; види – за ступенем задоволення потреб; різновиди – за характером потреб.

За розташуванням товарної маси асортимент може бути виробничим (промисловим) і торговим.

Товарні групи діляться на товарні підгрупи, в склад яких входять однорідні за ознакою спільності виробничого походження товари. Наприклад, товарна група взуття ділиться на підгрупи шкіряного, текстильного, валяного і гумового взуття. Кожна підгрупа складається з товарів різних видів. Під видом товару розуміють однакові товари різноманітного призначення (верхній одяг – чоловічий, жіночий, дитячий; меблі – для вітальні, спальні тощо). Усередині кожного виду товари можуть відрізнитися один від одного за особливими ознаками (артикулами, сортами тощо), тобто поділяються на окремі різновиди. З урахуванням поділу товарів на групи, підгрупи та види заведено виділяти груповий і внутрішньогруповий (розгорнутий) асортимент товарів. Груповий асортимент – це перелік товарних груп, включених у номенклатуру.

Внутрішньогруповий (розгорнутий) асортимент – це деталізація групового асортименту за конкретними видами і різновидами товарів. Ці два поняття, у свою чергу, тісно пов'язані з поняттям широти і повноти асортименту. При цьому широта асортименту товарів визначається кількістю товарних груп і найменувань, а повнота – кількістю різновидів товарів. Залежно від широти та обсягу представлення товарів у торговельній мережі розрізняють наступні види асортименту: простий, складний, груповий, розгорнутий, супутній, змішаний. Простий асортимент – це сукупність невеликої кількості груп, видів, найменувань товарів, які задовольняють потреби обмеженої кількості споживачів. Простий асортимент товарів мають магазини, котрі реалізують товари повсякденного попиту в районах мешкання споживачів з низькою платоспроможністю. Складний асортимент – це сукупність товарів, представлена значною кількістю груп, видів, різновидів і найменувань товарів, які здатні задовольнити

потреби різних споживачів. Такий асортимент характерний для оптових баз та торговельних підприємств типу універсамів або універмагів, що орієнтуються на покупців з різним попитом і матеріальними можливостями. Груповий асортимент – сукупність однорідних товарів, які об'єднані загальними ознаками і задовольняють аналогічні потреби.

Розгорнутий асортимент – це сукупність товарів, яка включає значну кількість підгруп, різновидів та найменувань, що належать до групи однорідних товарів, але мають свої індивідуальні ознаки. Такий асортимент зустрічається в спеціалізованих магазинах, причому кількість груп однорідних товарів може бути порівняно невеликою.

Супутній асортимент – це сукупність товарів, які виконують допоміжні функції і не відносяться до основних для даної організації. Товари супутніх асортиментів у взуттєвому магазині – це предмети догляду за взуттям, а в продовольчому магазині – мило, сірники та інші господарські товари. Змішаний асортимент – це сукупність товарів різних груп, видів, найменувань, що відрізняються великим різноманіттям функціональних властивостей. Змішаний асортимент мають магазини, що реалізують продовольчі та непродовольчі товари. За ступенем задоволення потреб розрізняють раціональний і оптимальний асортимент. Раціональний асортимент – це сукупність товарів, які найбільшою мірою здатні задовольнити реально існуючі потреби, що забезпечать максимальну якість життя, при певному рівні розвитку науки, техніки й технології.

Оптимальний асортимент – це сукупність товарів, які задовольняють реальні потреби з максимально корисним ефектом для споживача і мінімальними витратами на їх проектування, розробку, виробництво і доведення до споживачів. Товари оптимального асортименту мають підвищену конкурентоспроможність. Залежно від характеру потреб асортимент може бути реальним, прогнозованим і навчальним. Реальний асортимент – дійсний набір товарів, який є в наявності у конкретної організації виробника або продавця. Прогнозований асортимент – набір товарів, який повинен буде задовольняти передбачувані потреби. Навчальний асортимент – перелік товарів, систематизованих за певними науково обґрунтованими ознаками для досягнення поставленої мети.

Список використаної літератури

1. Мельник Т.Ю. Товарознавство : підручник [Електронне видання] /Т. Ю. Мельник. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 364 с. ISBN 978-966-683-549-2
2. Т.В. Гулик. Стимулювання збуту: методи та напрямки. Modern trends in the development of financial and innovation-investment processes in Ukraine. Materials of the IV International Scientific and Practical Conference March 12, 2021: a collection of scientific papers [Electronic resource]. - Vinnytsia: VNTU, 2021. – 932 p. ISBN 978-966-641-831-2 (PDF)
3. Гулик Т.В., Міхєєва А.М. Характеристика рекламних засобів та заходів, які застосовуються у роздрібній торгівлі/ Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах глобалізації: Матеріали 7-ї міжнародної наук. – прак. конф.– Дніпро, 10-12.11.2019: тези доповідей (повна версія).-Дніпро: Поліграфічний відділ ДДАСУ, с.203-205,2019.-312с.

*Деканенко К. Г., здобувач вищої освіти
Буднік М.М, к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Навчально-науковий інститут педагогіки, психології,
менеджменту та освіти дорослих
Української інженерно-педагогічної академії
utscataruna@gmail.com*

ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ ВІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Робота будь-якої організації неминуче пов'язана з необхідністю комплектування штату. Підбір і відбір працівників не тільки забезпечує режим нормального функціонування організації, але і закладає фундамент майбутнього успіху.

Пошук і відбір персоналу є продовженням кадрової політики підприємства і одним з ключових елементів не тільки системи управління персоналом, але і всієї системи управління діяльністю підприємства.

Хороший, дієздатний і згуртований персонал – основна запорука довготривалого успіху, високоефективний напрямок вкладення капіталу.

Сьогодні людина – це головний стратегічний ресурс будь-якої компанії в боротьбі з конкурентами.

В ході дослідження було виявлено взаємозв'язок між конкурентоспроможністю підприємства та ефективним процесом відбору персоналу.

Зміст цього взаємозв'язку полягає в тому, що чим ефективніше функціонує процес відбору персоналу на підприємстві, тим більший ефект він створює, а значить – підвищує конкурентоспроможність підприємства. І навпаки – чим вище конкурентоспроможність – тим більше можливостей створити більш ефективну систему відбору персоналу.

Таким чином правильний відбір персоналу є особливо важливим компонентом в механізмі управління персоналом та здійснює на нього значний вплив.

У сучасних умовах торговельні підприємства у процесі формування процесу відбору персоналу стикаються з низкою проблем [1]:

- низький рівень кваліфікації працівників служб управління персоналом, що не відповідає вимогам сучасного стану суб'єктів господарювання;
- вища ланка управління торговельних підприємств не враховує переваги використання комплексного маркетингового підходу до кадрового забезпечення;
- наявність недостатньо високого професійного рівня працівників кадрових служб, що негативно впливає на систему кадрового забезпечення;
- високий рівень витрат на використання деяких методів кадрового забезпечення;
- невідповідність обраного методу кадрового забезпечення необхідній фаховій категорії майбутнього кандидата;
- невміння працівників служб управління персоналом чітко формулювати та розробляти профіль вимог до майбутніх кандидатів, недостатньо вивчається досвід підприємств-конкурентів та світовий досвід кадрового забезпечення тощо.

Існують різні визначення поняття «відбір персоналу».

Одним з визначень, яке найбільш повно розкриває сутність даного поняття є визначення сформульоване В. В. Красношпкою [2], яка розглядає процес відбору персоналу на підприємстві як процес вивчення професійних і психологічних якостей працівника з метою встановлення його здатності виконувати посадові обов'язки на певному робочому місці або посаді, і в кінцевому підсумку вибір з сукупності претендентів найбільш прийнятого з урахуванням його кваліфікації, спеціальності, здібностей та інтересів, що відповідають цілям організації.

Важливо зазначити, що які б методи і засоби пошуку працівників не використовувало підприємство, основною складовою його комплектування професіоналами є безпосередній їх відбір на самому підприємстві.

З цією метою було проведено дослідження та визначено фактори, які здійснюють вплив (прямий та непрямий) на формування процесу відбору персоналу на підприємстві.

Ці фактори були об'єднані в такі групи:

- фактори, з яких складається ефективний процес відбору;
- фактори, які здійснюють вплив на формування процесу;
- фактори, які регулюють створення та проведення процесу.

Також було визначено, що фактори, з яких складається ефективний процес відбору пов'язанні між собою та кожен попередній є визначаючим для наступного фактору.

Фактори, які здійснюють вплив на формування процесу відбору є факторами зовнішнього впливу.

Вплив, який створює організація та її внутрішнє середовище необхідно знати та враховувати менеджера з персоналу, який проводить відбір.

А працівника, який здійснює відбір необхідно оцінити та зарахувати на посаду безпосередньо керівництву підприємства.

Фактори, що регулюють створення та здійснення процесу відбору персоналу необхідно ретельно вивчити та застосовувати.

Для створення ефективного процесу відбору персоналу сформульовано наступні рекомендації:

- необхідно створювати зв'язок між процесом відбору та загальним контекстом програм, які реалізуються в системі управління персоналом, покликаних забезпечити досягнення цілей підприємства;
- необхідно враховувати фактори, які будуть впливати на працівника (організаційна культура, психологічний клімат в колективі, оточення);
- необхідно чітко формулювати та розробляти профіль вимог до майбутніх кандидатів;
- необхідно обрати найбільш ефективні методи відбору;
- необхідно дотримуватися відповідності обраного методу необхідній фаховій категорії майбутнього кандидата;
- необхідно враховувати рівень витрат на застосування обраного методу;
- необхідно забезпечити достатній організаційно-правовий, освітній, професійно-кваліфікаційний, культурний, соціально-психологічний рівень працівників відділу кадрів;
- необхідно враховувати вимоги трудового законодавства і забезпечити справедливий підходу до всіх претендентів на посаду;
- необхідно розрахувати важливість для організації та відсоток прибутку від виконуваної роботи на вакантній посаді.

Важливість правильної побудови процесу відбору персоналу полягає в тому, що при його здійсненні роботодавець отримує можливість вибору найкращих кадрів. Цим він зумовлює підвищення ефективності праці персоналу, зниження затрат на планування та проведення відбору, та як наслідок, зростання доходу підприємства.

Список використаної літератури

1. Безпарточний М. Г. Оптимізація кадрової політики торговельних підприємств [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vnuvgrp/ekon/2012_1/Ve573.pdf
2. Красношарпа В. В. Управління людськими ресурсами [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://studentbooks.com.ua/content/view/113/42/1/11/#47032>.

*Дронова Д.С., здобувач вищої освіти
Буднік М.М, к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Навчально-науковий інститут педагогіки, психології,
менеджменту та освіти дорослих
Української інженерно-педагогічної академії
darina1324351@gmail.com*

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному бізнес-середовищі кожен працівник стикається з купою необмежених завдань, маючи при цьому обмежену кількість часу. До того ж велике значення має швидкість виконання робіт, тому що працівники, відчуваючи плинність часу, намагаються встигнути зробити увесь об'єм наявних завдань за короткий термін, при цьому не хеткуючи якістю, що надає можливість досягти ефективної діяльності підприємства. Саме тому, питання використання такого невідновлюваного та цінного ресурсу як час, ніколи не втрачає своєї актуальності.

Ефективність виконання робочих обов'язків залежить від вміння керівників та працівників раціонально розподіляти час з допомогою використання технологій тайм-менеджменту. Саме тайм-менеджмент дозволяє якісно розподілити час, за допомогою використання різних методів та інструментів оптимізації витрат такого унікального ресурсу як час [1].

З розвитком інформаційних технологій темпи життя почали пришвидшуватись разом з темпами змін в економічному середовищі, що потребує від працівників дуже швидкого виконання завдань та прийняття рішень. В цьому питанні допомагає поєднання сучасних технологій з тайм-менеджментом. В цілому, телефони, планшети та комп'ютери мають в достатку вбудованих програм, за допомогою яких можна управляти часом, наприклад, найпростіший електронний блокнот, календар чи звичайний диктофон, що стануть у нагоді при плануванні робочого дня працівника.

Сучасні технології постійно прогресують і з'являються унікальні спеціалізовані розробки для зручності планування і автоматизації виконання завдань. Наразі існує велика кількість програм, додатків, й онлайн-сервісів, які використовуються в управлінні часом та стають порятунком під час планування та використання робочого часу [2,3].

Гарний програмний засіб для щоденного використання робітниками, повинен відповідати таким критеріям:

- зручний та гнучкий графічний інтерфейс;
- робота онлайн та без доступу в мережу Інтернет;
- система сповіщень з використанням звуку або повідомлень;
- можливість додавання фото, відео, аудіо файлів;
- створення повторюваних чи неповторюваних задач на певний час;
- можливість перегляду справ на день, тиждень, місяць та рік;
- розстановка пріоритетів, розбиття завдань на секції;
- створення ієрархічних списків, графіків;
- система відслідковування прогресу за виконанням задач;
- мобільність програмного забезпечення;
- створення особистого аккаунту та можливість додавати інших користувачів;
- архівування та відновлення даних;
- довідка для користувача [2, 3].

Проте, перелік наявних функцій та можливостей програмного забезпечення може варіюватися від потреб користувачів. Саме тому, для забезпечення досягнення основних цілей

працівників різних галузей, розробники програмного забезпечення продовжують покращувати вже існуючі додатки та програми, або ж випускати нові продукти на ринок.

Так, для підприємств є доцільним використання систем управління завданнями – таск-менеджерів, що надають можливість автоматизованого керування наявних завдань для спільної роботи колективу.

До таких систем відносять: Just Task, GoodTasks, Basecamp, Worksection, Asana, Monday.com, Trello, Wrike, Clickup. Деякі з даних систем надають можливість налагодити комунікацію з клієнтами, надавши їм можливість спостерігати за готовністю замовлення самостійно, не турбуючи працівників, що вельми заощаджує час. Окрім цього, є спеціалізовані CRM-системи, наприклад Sales Creatio, KeyCRM, SalesDrive, Microsoft Dynamics 365, які варто використовувати задля пришвидшення процесів взаємодії з клієнтами, полегшення документообігу, та миттєвого створення аналітики роботи компанії.

Впроваджуючи дані системи на підприємстві, варто враховувати не тільки посаду, а й відмінні риси кожного працівника. Можна використовувати прості трекери часу для телефонів - Toggl Track, Timesheet, Rescue Time, Jiffy, або ж для творчих особистостей варто запропонувати використання інтелектуальних карт у Mind Maps, Draw.io, Canva [2,4].

Натомість такі функції як сповіщення, нагадування, миттєві відповіді на повідомлення, сучасні багатофункціональні календарі та хмарні сервіси стануть у нагоді будь-якому працівнику і колективу в цілому.

Корисність та доцільність використання сучасних технологій у тайм-менеджменті, можна оцінити на прикладі ведення списку справ. Якщо ж раніше написання та редагування списку займало чимало часу, наразі усі завдання можна структурувати за декілька хвилин. Потім з існуючого списку виводити термінові справи, додавати коментарі, та вносити інші зміни, або створити свою базу завдань і за необхідності додавати їх у нові списки.

Але попри неоціненну корисність новітніх технологій, використовувати їх варто з обережністю та дозовано, бо, по-перше, є великий ризик використовувати забагато сервісів одночасно без правильної їх координації та синхронізації, що може зумовити когнітивне перенавантаження. По-друге, є ризик відволікання на поглиначів часу та прокрастинації. Через це потрібно вміти знаходити баланс, володіти самоконтролем та навчитися вмикати спеціальні обмеження на пристроях, що використовуються.

Отже, тайм-менеджмент є невід’ємним помічником робочого процесу кожного працівника та підприємства в цілому, бо за його відсутності неможливо досягти поставлених цілей. Зараз для покращення систем управління часом з’явилась величезна кількість програмних забезпечень, що полегшує управління підприємством, підвищує якість планування та пришвидшує виконання наявних завдань.

Список використаної літератури

1. Буняк М.М., Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства // Економіка та суспільство. 2018. №14.
2. Гвоздь М. Я., Закутинська Н. І. Сучасні технологій у тайм-менеджменті // Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених, 18–19 травня 2017 р., Україна, Львів. – 2017. – С. 195-197.
3. Волянська Є.В., Інформаційна технологія продуктивної організації часу // Інформаційні технології і автоматизація : матеріали XII науково-практичної конференції, 17-18 жовтня 2019 р., Україна, Одеса. – 2019. – С. 72
4. 7 Time-management tools to supercharge your productivity [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://www.zandax.com/blog/7-time-management-tools-to-supercharge-your-productivity>

Журенкова А.О.
студентка ОКР «Магістр»
Науковий керівник – Довбня С.Б., д.е.н., проф.
завідувачка кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Український державний університет науки і технологій
alinazhurenkova@gmail.com

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Як ми уявляємо сучасний світ? Глобальна мережа комунікацій, виробництва, що тісно пов'язані з різними країнами, розвинуті держави зі своїми законами. Наша система людського існування ускладнюється з кожною миттю, доповнюючи себе інноваційними розробками соціально-виробничого устрою, що змінюють життя в різних сферах суспільства. Еволюція економіки як категорії перетворила її від примітивної торгової операції (товар-гроші-товар') до досконалого принципу створення благ для світу та їх розподілу по земній кулі. Система економіки поділяється на велику кількість своїх напрямків, видів свого застосування, та має включати в себе суб'єкти і об'єкти праці.

На ринку товарів та послуг зазвичай суб'єктом являється підприємство або фізичне обличчя підприємства, що безпосередньо впливає на об'єкти своєї праці задля успішної та ефективної діяльності, що насамперед продовжить його життя в сфері економіки. Щоб надати своєму суб'єкту можливість ефективно функціонувати та розвиватись, необхідно визначити, що значить бути конкурентним, виділити базові принципи конкурентності та слідувати цим настановам.

Тому дуже актуальним є визначення поняття конкурентоспроможності, її головних принципів, методів оцінки конкурентної позиції підприємства та обґрунтування напрямків її покращення з урахуванням прогнозованих змін зовнішнього середовища або його викликів..

Загалом конкурентоспроможність - це характеристика або риса суб'єкта господарювання, що вказує на його перевагу над іншими суб'єктами. Ця характеристика відносна і не може існувати самостійно спираючись тільки на показники оцінюваного суб'єкта. Їх обов'язково необхідно порівнювати з аналогічними характеристиками існуючих конкурентів. Поняття конкурентності підприємства передбачає оцінку ряду важливих аспектів підприємства, до яких відносяться:

- адаптація та гнучкість у ринковому середовищі;
- рівень довіри споживачів та партнерів;
- здатність повертати борги;
- необхідність в його товарі/послугі;
- фінансова незалежність;
- сервіс обслуговування;
- унікальність підприємства та інше.

Тобто маючи розуміння, які індикатори демонструють рівень конкурентоспроможності підприємства, можна сформулювати системний підхід щодо їх оцінки. Має бути створений синтез між фінансовими, управлінськими та маркетинговими показниками.

Передбачаються три рівні забезпечення конкурентоспроможності організації: *оперативний, тактичний і стратегічний*[1].

Оперативний рівень характеризується конкурентоспроможністю продукції. Він показує рівень зацікавленості товаром, його перевагу над іншими, затребуваність, унікальність, інноваційність, функціональність та інші характеристики. Найчастіше саме товар є першим фактором дослідження для остаточного вибору споживача, а після можна поцікавитися репутацією компанії на ринку. Обирається товар споживачем за його особистою цінністю, яку він бачить у товарі, що можна визначити так званими параметрами конкурентоздатності. Це кількісне вираження груп показників товару, що поділяються на економічні, технічні та нормативні параметри. Вид методу оцінки конкурентоспроможності

товару обирається в залежності від специфіки продукту (товар широкого споживання чи промислова продукція), обсягів доступної інформації, терміновості отримання результатів оцінювання, аудиторії, на яку вони розраховані, ресурсних (зокрема бюджетних) обмежень тощо.

Із загальновідомих методів можна виділити найестетичніший графічний метод або метод багатокутників. Він визначає рівень конкурентності величиною площі створеної фігури оцінюваного об'єкта у порівнянні з конкурентами. Є візуально показовим, але не дає змоги встановити єдине значення узагальненого критерію конкурентоспроможності і відповідно її рівня.

Матричний метод оцінки рівня конкурентоспроможності товару має сенс охарактеризувати на конкретному прикладі, за який обрано так звану Матрицю Нільсена. В основу методу покладено використання таблиці оцінки комерційного успіху нового товару, що розроблена аналітиками маркетингової фірми «А.С.Нільсен».

Серед розрахункових методів найпопулярнішими є середньозважена арифметична, метод аналізу ієрархій. На практиці матричні та графічні методи зазвичай комбінують із розрахунковими.

Тактичний рівень описує стан конкурентоспроможності підприємства в цілому як об'єкта. Аналіз надає оцінку конкурентності, яка використовується задля демонстрації агрегованого показника рівня розвитку підприємства. Найпопулярнішими є аналізи SWOT, SPACE, PIMS, інтегральна оцінка за групами факторів, теорія переваг Портера, методика Ж.-Ж. Ламбена та інші методи. Основа оцінки загального показника конкурентності компанії полягає в тому, що вона включає в себе максимальну кількість сторін роботи, факторів (у тому числі конкурентність продукції та привабливість для інвесторів), середовищ існування. Це складний агрегований показник, що потребує ретельної уваги до кожного елемента свого розрахунку.

Оцінка тактичного рівня використовується для співставлення з конкурентами та поверхневого висновку щодо позиції оцінюваного об'єкта по відношенню до інших. Також при такому аналізі буде видно, саме який фактор чи група факторів негативно або позитивно впливає на остаточний результат.

Стратегічний рівень передбачає оцінку привабливості підприємства для інвесторів. Це один із вагомих факторів, який впливає на майбутній успішний розвиток об'єкта завдяки грошовим вкладенням. Така оцінка в результаті може вказати на вірогідність позитивного рішення інвестора укладання коштів в компанію та описати детально, який фактор потребує доопрацювання. Загалом виділяють три великі групи видів методик: 1) що ґрунтуються на зібраних оцінках експертів; 2) що ґрунтуються на статистичній інформації; 3) комбіновані, що включають у себе перше та друге [4].

У вітчизняній практиці за основу методології береться «Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій» яка є доволі складною за своїм змістом і не завжди на виході дає набір оцінюваних параметрів потрібний інвесторам. Спроби виправлення методики призвели до створення похідних від неї методів оцінки, які експерти обирають для себе в залежності від власних потреб в результаті. Також можна звернути на метод оцінки конкурентності за матрицею Shell/DPM, де за критерій стратегічного виступає грошовий потік, а індикатором стратегічної доцільності в більш далекій перспективі – віддача інвестицій [5].

Таким чином можна зазначити, що поняття конкурентоспроможності являє собою не однозначну оцінку, а є комплексним інклюзивним агрегованим показником, що включає в себе максимум інформації про діяльність суб'єкта господарювання, його прибутковість, затребуваність в товарі, становище на світовому ринку, лояльність держави-надавача пільг, релевантність галузі в цілому. Для різних цілей аналізуються різні рівні конкурентоспроможності. Щоб отримати показову повну картину реальної сили підприємства на ринку, необхідно виконати діагностику на кожному з рівнів, при цьому використавши декілька методів. Таким чином можна буде зробити об'єктивну оцінку конкурентної позиції

підприємства, задіявши усі можливі фактори та піддавши їх аналізу, а результативний показник буде характеризувати реальне становище підприємства.

Список використаної літератури

1. Конкурентоспроможність підприємства: сутність і підходи оцінки, 2019 //
2. С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. – 71 с.
3. Кайлюк Є. М., Андрєєва В. М., Гриненко В. В. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с.
4. Калишенко В. О., Швадченко В. В. Аналіз методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65704.doc.htm
5. О. М. Кириченко, А. В. Мігдальський. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства – Київ: Національний університет харчових технологій, 2017. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5428>

*Квасова Л.С., к.т.н., доцент
доцентка кафедри маркетингу,
Шульгіна Б.А., магістр*

*Дніпровський Державний аграрно-економічний університет
dr.kvasova@gmail.com*

КЕЙС-МЕТОД ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЕЛЕМЕНТ НАВЧАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДИСЦИПЛІН

Ситуаційне навчання (метод конкретної ситуації, “case studies”) – спеціальна методика, що передбачає розбір та вирішення конкретних ситуацій у професійній діяльності за певним сценарієм, який включає самостійну роботу, «мозковий штурм» у рамках малої групи, публічний виступ із поданням та захистом передбачуваного рішення і, наприклад, контрольним опитуванням слухачів на предмет знань ними фактичної сторони ситуації, що розбирається. Ця методика, яка виключає можливості використання традиційних форм навчання, дозволяє формувати високу мотивацію слухачів: вони мають провести аналіз конкретної професійної ситуації, прийняти рішення, виробити рекомендації. Робота з «кейсами» сприяє розвитку навичок колаборації, почуття лідерства, формуванню професійного погляду на господарське життя як систему, що постійно змінюється, з великою кількістю змінних. Використання кейс-методу вирішує такі завдання:

- розширення, поглиблення та закріплення знань, отриманих на лекціях;
- придбання умінь і навичок вироблення раціональних управлінських рішень за допомогою самостійного визначення стратегії, залучення необхідної інформації, швидкої реакції на різноманітні зміни, оцінки ефективності вжитих дій за допомогою зворотного зв'язку;
- розвиток практичних навичок роботи в колективі, розуміння умов та принципів колективної діяльності, пов'язаної з поділом праці, ефективною взаємодією з суміжниками, ієрархічною побудовою структури управління.

Впровадження таких практичних занять є індивідуальним дослідним процесом, причому на його результатах істотно позначається кваліфікація, досвід та інтуїція, талант автора розробки [1].

З метою досягнення якісного результату викладачеві до початку практичного заняття необхідно:

1. Сформулювати цілі та завдання заняття виходячи з актуальності теми, її відповідності навчальним планам, а також складу групи студентів та ступеня їхньої

підготовленості.

2. Надати студентам тезові роздаткові матеріали заняття за 1-2 дні до його проведення. З метою досягнення найбільшої результативності заняття викладач готує для студентів роздавальні матеріали, які мають містити в собі мету та завдання проведення практичного заняття, теоретичні аспекти поставлених проблем, додаткову літературу та питання для самоконтролю на тему заняття.

3. Розробити план проведення заняття, виділивши його найважливіші аспекти. Виходячи з цілей та завдань заняття, викладач визначає основні шляхи їх досягнення та складає план заняття, який повинен включати програму та графік проведення заняття.

4. Передбачити обов'язкове включення до плану вихідного тестування для закріплення отриманих знань та практикум для вироблення вміння їх застосовувати в процесі прийняття рішень.

5. Вибрати оптимальні для проблеми канали передачі інформаційних потоків та способи створення творчої атмосфери.

У сучасній практиці викладання розроблено різні форми та методи групового вирішення завдань. У цьому існують чіткі психологічні критерії ефективності взаємодії студентів групи (таблиця 1).

Таблиця 1 – Характеристики ефективної та неефективної робочої групи

Ефективна група	Неефективна група
Переважає двостороннє (взаємне) спілкування, нормою є відкрите висловлювання думок та почуттів	Переважає одностороння комунікація (без зворотного зв'язку) на кшталт «питання-відповідь», ідеї не знаходять свого продовження
Міра участі у продукуванні рішень рівномірно розподілена між усіма учасниками	Продукування ідей та рішень монополізовано або одним із учасників, або окремими членами групи
Комунікативне лідерство скоординоване між усіма учасниками	Комунікативне лідерство демонструє субординацію відносин у групі на кшталт «старший-молодший», поляризація позицій, «лідер-відомий»
У групі, як правило, розвивають думки один одного, має місце підтримка загальної лінії дискусії, спрямованої на оригінальність розв'язання задачі	У групі часто виявляються бездіяльність або протидія між учасниками, часто виникають паузи між монологами кожного члена групи
Включеність членів групи до дискусії взаємно підтримується емоційною підтримкою дискусійних один одного	Дискусія проходить емоційно мляво, включеність до думок та почуттів один одного мінімальна

Використання кейс-методу в навчальному процесі сприяє підвищенню ефективності навчання за допомогою таких факторів:

- підвищується мотивація навчання, оскільки виникає почуття відповідальності кожного студента стосовно інших учасників навчальної групи;
- Підвищується якість прийнятих рішень;
- обмін думками призводить до нового розуміння професійних питань;
- учасники групи взаємно контролюють рівень освоєння нової інформації;
- вдосконалюються комунікативні навички студентів;
- виявляються та розвиваються організаторські здібності та професійні якості учасників малої груп [2].

Список використаної літератури

1. Ковальова К., Ковальов В. Методологічні аспекти методу casestudy при викладанні економічних дисциплін // Вища школа: проблеми екон. освіти. – 2010. – № 2. – С. 68 – 75.
2. Михайлова Е. А. Кейс и кейс-метод: процесс написания кейса / Е. А. Михайлова// Маркетинг. – 1999. – №5. – С. 113 – 120.

*Kozenkov D.E., c.e.s, Professor,
Head of the Department of Management
Ukrainian State University of Science and Technology
13managua@gmail.com*

METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF INVESTMENT EVALUATION ATTRactions OF THE ENTERPRISE

In the conditions of a market economy, any line of business is characterized by a high level of competition. In order to maintain positions and achieve leadership, enterprises are forced to constantly develop, master new technologies, and expand their sphere of activity. In such conditions, there periodically comes a moment when the management of enterprises realizes that further development is impossible without an influx of investments, which will provide additional competitive advantages and are often the most powerful means of economic growth.

The main general goal of attracting investments is to increase the efficiency of the company's activity, that is, the result of any chosen method of investing investment funds with competent management should be an increase in value and other indicators of activity. But the problem of investment attraction cannot be solved without an assessment of the investment attractiveness of the enterprise.

Investment efficiency is determined by how quickly the invested funds are turned over in the course of the enterprise's activities. The turnover period of the used assets is largely determined by the internal conditions of the enterprise - the effectiveness of the marketing, production and financial strategy and tactics. Profitability of capital allows you to assess the potential of the company's profit generation in comparison with the invested capital.

Analysis of the financial stability of the enterprise allows to assess the investment risk associated with the structure of the formation of investment resources, to identify the optimality of the existing sources of financing current production activities. Assessment of liquidity of assets allows to determine the ability of the enterprise to pay for its short-term obligations, prevent possible bankruptcy due to the quick sale of certain types of assets. In the scientific literature, the issue of determining the investment attractiveness of an enterprise has been considered for a long time and successfully.

Any system goes through cyclical development, that is, the process of transition of the system from one stage of its development to another, during which partial reversibility takes place, which is manifested in the passing of similar phases by the economy with a more or less constant interval. Depending on the object of cyclical movement, its level, the existence of cycles of different nature and duration, performing different functions in the process of movement of the economic system, is possible. Often, this cyclical development begins with the appearance of innovations in various fields of activity.

The economic and technological impact of the innovation process is only partially embodied in new products or technologies.

Much more, it is manifested in the increase of economic and scientific and technical potential as a prerequisite for the emergence of new technology, that is, the technological level of the innovation system and its constituent elements increases, thereby increasing the receptiveness to innovations. Therefore, the assessment of innovative attractiveness is one of the prerequisites for revitalizing the investment activity of industrial enterprises.

It is possible to characterize innovative attractiveness, for example, by studying demand. First of all, it is necessary to clarify to which innovations - basic or improved products belong, the demand for which is subject to study. Such identification can be carried out in various ways: by constructing life cycle curves of products based on data on the volume of production, supply or sales on the market, by comparative analysis of the parameters of previously produced and new products, etc.

In general, the assessment of innovative attraction can be carried out according to the following algorithm. First, indicators characterizing innovative attractiveness are distinguished. At the same time, it is necessary to pay attention to the stage of development of the enterprise whose investment attractiveness is being analyzed.

It is possible to use the so-called investment matrix developed by the American economist M. Porter (1). Priority evaluation indicators are formed for each quadrant of the matrix. So, for example, when evaluating enterprises, their investment attractiveness will be evaluated based on indicators that are at the border of the "maturity" and "aging" stages, etc.

Next, the indicator of investment attractiveness is formed (Π_1):

$$\Pi_1 = \sum_{i=1}^{n_1} d_{li} \times g_{li}, \quad (1)$$

where d_{li} – the value of the i -th assessment indicator, a dimensionless quantity;

g_{li} – the weighting factor of the i -th indicator, a dimensionless quantity;

n_1 – the number of evaluation indicators, units.

The weighting coefficients of investment potential assessment indicators are determined by an expert survey. At the same time, the issue of selecting experts, who must have a high level of competence in matters of innovative activity, requires considerable attention.

The method of expert assessments includes a complex of logical and mathematical procedures aimed at obtaining information from experts, its analysis and generalization for the purpose of preparation and selection of rational solutions.

The essence of this method consists in conducting an intuitive and logical analysis of the problem by qualified specialists with a qualitative or quantitative assessment of judgments and formalized processing of the results.

Among the methods of expert evaluations, one can single out the Delphi method, a method of using a matrix of point evaluations, which are further collapsed through the use of linear weighting coefficients for each option.

Next, you can get a direct judgment about the best option using summation, or calculate the coefficients of relative importance:

$$W = \frac{n + 1}{R} \quad (2)$$

where W - the importance factor;

n - the number of distributed ranks;

R - rank.

In the process of processing the results of an expert survey, it is necessary to carry out an analysis of the consistency of the opinions of experts using the concordance coefficient (W) and an assessment of the reliability of the results of an expert survey using the Pearson test (χ^2), which allows you to judge the reliability of the results of the expert survey.

This is the first stage of assessing the investment attractiveness of a single enterprise.

Next, it is necessary to form a ranked list of enterprises containing information on the decreasing degree of innovative attractiveness of the enterprises included in this list.

Then, a fairly traditional assessment of investment attractiveness of those enterprises with the most significant innovation potential is carried out.

To make decisions about real investment of funds in an enterprise, it is not enough to assess its investment attractiveness.

Investing in the enterprise is appropriate only if the product has sufficiently high marketing prospects, the enterprise is ready for the real development of new technologies, and the amount of investment in technical rearmament is relatively small and can pay off in a short time. These parameters are the main ones for determining innovative attractiveness.

Thus, it is possible to evaluate the innovative potential of industrial enterprises. The application makes it possible to determine the trends of changes in the value of the innovative potential of an individual enterprise during a certain period, to identify the main factors that influence such a change, as well as to conduct a more thorough assessment of the investment attractiveness of enterprises as possible objects of investment.

References

1. Porter, M. (1996) 'What is Strategy', Harvard Business Review, Nov/Dec 1996.

*Козенкова Н.П.,
старший викладач кафедри управління фінансами,
облікової аналітики та моніторингу бізнесу
Український державний університет науки і технологій
nkozenkova@gmail.com*

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ПРОЄКТУВАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Процес інвестування відіграє важливу роль в економіці будь-якої країни. Інвестування в значній мірі визначає економічний ріст держави, зайнятість населення і складає істотний елемент бази, на якій ґрунтується економічний розвиток суспільства. Тому проблема, пов'язана з ефективним здійсненням інвестування заслуговує на серйозну увагу.

Інвестиції являють собою застосування фінансових ресурсів у формі довгострокових вкладень капіталу. Здійснення інвестицій – протяжний у часі процес. Тому для найбільш ефективного застосування фінансових ресурсів підприємство формує свою інвестиційну політику. Політика являє собою загальне керівництво для дій і прийняття рішень, що полегшує досягнення цілей підприємства. Саме за допомогою інвестиційної політики підприємство реалізує свої можливості до передбачення довгострокових тенденцій економічного розвитку й адаптації до них [1].

Традиційний підхід до інвестування розглядає інвестиційний проект як об'єкт фінансової операції, що пов'язаний з розподіленими в часі фінансовими надходженнями і витратами грошей, тобто грошовими потоками. Відповідно до цього зміст інвестиційного проектування в рамках традиційної практики зводиться до проектування цих грошових потоків у майбутнє на величину інвестиційного об'єкту з метою скласти комплект фінансових документів. Результатом даного проектування є фінансовий план інвестиційного проекту, що повинний бути заснований на прогностичній звітності. Однак грошові потоки, відображені у цих документах досить складно назвати прогнозом, тому що по суті, вони являють собою екстраполяцію поточних оцінок у майбутнє, припускаючи детермінованість майбутнього.

До основних завдань інвестиційного проектування в рамках даного підходу відносять визначення крапки беззбитковості; розрахунок інтегральних критеріїв ефективності; побудову графіка погашення кредиту тощо. Ця проблема має досить вивчений характер. І. Фішер поклав початок інвестиційному проектуванню фундаментальною розробкою тимчасової теорії грошей, а також визначивши вплив інфляції на процентну ставку.

У 1952 р. Г. Марковіц і Дж. Данциг запропонували науковий метод обліку ризику при виборі інвестиційних стратегій (теорія портфеля). На початку 60-х робота Л. Джонсона та Д. Стейна розширила теорію портфеля, доповнивши її хеджуванням. Істотно підсилив вплив портфельної теорії Дж. Тобін, який запропонував включити в аналіз безризикові активи, запропонувавши тим самим макроекономічний підхід, на відміну від мікроекономічного підходу Г. Марковіца. До середини 1960-х років роботи У. Шарпа, Дж. Лінтнера і Дж. Моссіна

підсумували цей етап розвитку сучасної теорії інвестицій. У цей же час С. Росс запропонував альтернативну модель оцінки капітальних активів – арбітражну модель. У 1950-1960-х роках Ф. Модильяни і М. Міллер присвятили свої роботи аналізу структури капіталу корпорації, основні теми яких вважаються зараз класикою фінансової науки.

З інвестиційною теорією тісно пов'язана теорія ефективного ринку, що досліджує проблему адекватності ринкових цін на фінансові активи і їхню ширину вартість. Пов'язана з цією теорією модель ходьби навмання стимулювала застосування динамічних моделей. У 1973 р. М. Шоулз і Ф. Блек запропонували модель опціонів (модель Блека-Шоулса).

Також у створення сучасного математичного апарату інвестування величезний внесок належить Л.В. Канторовичу, який сформулював новий клас умовно-екстремальних задач і запропонував універсальний метод їхнього рішення, поклавши початок лінійному програмуванню. Не можна не відзначити у цьому напрямку роботи представників школи теорії імовірностей академіка А.Н. Колмогорова, а також роботи В.Д. Шапіро, Є.М. Четиркіна, В.В. Ковальова, Ф.Ф. Юрлова та інш..

Сучасне середовище бізнесу характеризується високою швидкістю змін. Вимоги з боку попиту, що постійно міняються, диктують зрушення і інших чинників зовнішнього середовища - технологій, засобів зв'язку, соціальних відносин і ін. Такі ж швидкі зміни повинен здійснювати і бізнес. Особливо це актуальне для економіки перехідного періоду з нестабільним соціально-політичним станом.

Для прийняття управлінських рішень в господарському циклі підприємств взагалі і в процесах інвестування зокрема, необхідно враховувати значно більше чинників, ніж раніше - коливання економічної кон'юнктури, індивідуалізацію споживчого попиту, соціально-політичні колізії. Все це вимагає нових підходів до інвестування, яке на основі поновлення даних про зовнішнє середовище, їх аналіз, пошук нових стратегій і тактичних підходів повинно охоплювати значно більшу частину господарського циклу підприємства. Необхідне створення нових організаційно-економічних механізмів підтримки процесів прийняття інвестиційних рішень, особливо в умовах значно більшої самостійності і автономності окремих підрозділів підприємств і організацій.

У науковій літературі викладені основні принципи прийняття рішень в умовах невизначеності, однак економічний інструментарій для їхнього практичного застосування розроблений недостатньо повно і не цілком враховує взаємозв'язку категорій «ризик» і «прибутковість», у результаті чого він не забезпечує науково обґрунтованого рішення актуальних задач інвестиційного проектування (кількісний аналіз ризику, облік невизначеності, прогнозування обсягу продажів) і знижує вірогідність показників інвестиційного проекту.

У зв'язку з цим практика інвестиційного проектування має потребу в адекватному економічному інструментарії, що дозволяє більш ефективно використовувати науковий потенціал, що нагромадився, тому розвиток і розробка нових інструментів інвестиційного проектування здобуває особливу актуальність.

Невизначеність може бути задана по-різному: у виді імовірності розподілів; у виді суб'єктивних імовірностей; у виді інтервальної невизначеності. Формується ж вона впливом різних факторів: тимчасова невизначеність обумовлена тим, що неможливо з точністю до 1 прогнозувати значення того або іншого фактору в майбутньому; невідомість точних значень параметрів ринкової системи можна охарактеризувати як невизначеність ринкової кон'юнктури; непередбачуваність поведінки учасників у ситуації конфлікту інтересів також породжує невизначеність та ін. Сполучення цих факторів на практиці створює великий спектр різних видів невизначеності.

Оскільки невизначеність виступає джерелом ризику, її варто мінімізувати, за допомогою придбання інформації, в ідеальному випадку, намагаючись звести невизначеність до нуля, тобто до повної визначеності, за рахунок одержання якісної, достовірної, вичерпної інформації. Однак на практиці це зробити як правило не вдається, тому приймаючи

інвестиційні рішення в умовах невизначеності, потрібно намагатися її формалізувати й оцінити ризики, джерелом яких є ця невизначеність [2].

Розглядаючи ризик як можливість утрат, що виникає внаслідок необхідності прийняття інвестиційних рішень в умовах невизначеності, ступінь цієї можливості можна характеризувати різними критеріями: імовірністю настання події; величиною відхилення від прогнозованого значення (розмах варіації); дисперсією; математичним чеканням; середнім квадратичним відхиленням; коефіцієнтом асиметрії; ексцесом, а також безліччю інших математичних і статистичних критеріїв [3].

Відповідно невизначеність може бути задана різними її видами, а прояви ризику надзвичайно різноманітні, рекомендується використовувати весь арсенал перерахованих критеріїв, пропонуючи в загальному випадку застосовувати математичне чекання і середнє квадратичне відхилення як найбільш адекватні і добре зарекомендували себе на практиці критерії. Крім того особливо відзначається, що при оцінці ризику варто враховувати індивідуальну толерантність до ризику, що описується кривими індиферентності або корисності. Слід зазначити, що в літературі і практиці окрім статистичних критеріїв використовуються й інші показники виміру ризику: величина упущеної вигоди, недоотриманий доход і інші, що розраховуються, як правило, у грошових одиницях. Безумовно, такі показники мають право на існування, більш того, вони найчастіше простіше і зрозуміліше чим статистичні критерії, однак для адекватного опису ризику вони повинні враховувати і його імовірнісну характеристику.

Можна сформулювати основні моменти ризику інвестиційних рішень:

- невизначеність як об'єктивну умову існування ризику;
- необхідність ухвалення рішення як суб'єктивну причину існування ризику;
- майбутнє як джерело ризику; величину втрат як основну погрозу від ризику;
- можливість втрат як ступінь погрози від ризику; взаємозв'язок «ризик-прибутковість»

як стимулюючий фактор прийняття рішень в умовах невизначеності; толерантність до ризику як суб'єктивну складову ризику.

Приймаючи інвестиційні рішення в умовах невизначеності, інвестор вирішує як мінімум двокритеріальну задачу - йому необхідно знайти оптимальне сполучення «ризик-прибутковість» інвестиційного проекту. Вочевидь, що знайти ідеальний варіант «максимальна прибутковість - мінімальний ризик» можливо лише в дуже рідких випадках.

Можливі наступні підходи для рішення цієї задачі.

Підхід «максимум виграшу» полягає в тім, що з усіх варіантів вкладень капіталу вибирається варіант, що дає найбільший результат при прийнятному для інвестора ризику. Підхід «оптимальна імовірність» полягає в тому, що з можливих рішень вибирається те, при якому імовірність результату є прийнятною для інвестора. На практиці підхід «оптимальна імовірність» рекомендується сполучити з підходом «оптимальна волатильність». Волатильність показників виражається їхньою дисперсією, середнім квадратичним відхиленням і коефіцієнтом варіації.

Сутність стратегії оптимальної волатильності результату полягає в тім, що з можливих рішень вибирається те, при якому імовірності виграшу і програшу для того самого ризикового вкладення капіталу мають невеликий розрив, тобто найменшу величину дисперсії, середнього квадратичного відхилення, варіації. Підхід «мінімум ризику» передбачає, що з усіх можливих варіантів вибирається той, котрий дозволяє одержати очікуваний виграш при мінімальному ризику.

Таким чином, з точки зору нової економічної ситуації в Україні, актуальною стає проблема розробки концептуально-методологічних основ, методів і моделей, інформаційного забезпечення інвестиційного проектування на мікрорівні.

Передусім, це відноситься до формування методологічних основ прийняття інвестиційних рішень в умовах невизначеності і ризиків, властивих ринковій економіці; визначенню оптимальних меж інвестування; розробці організаційно-економічного механізму прогнозування в аналізі середовища бізнесу і прийнятті рішень в процесах інвестування в

умовах невизначеності; визначення методів вибору необхідної і достатньої інформації для оцінки інвестиційних проєктів; вдосконалення математичного і інформаційного забезпечення процесів інвестиційного проектування, в тому числі і на основі теорії нечітких множин.

Список використаної літератури

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. К.: Эльга Н, НикаЦентр, 2001, 448 с.
2. Manual for Evaluation of Industrial Project. UNIDO: Vienna, 1986., 139 p.

*Білоцерківець В.В., д.е.н., професор
професор кафедри міжнародної економіки, політичної економії та управління
Український державний університет науки і технологій
crummess@gmail.com*

*Компанієць С.В.
аспірант кафедри міжнародної економіки, політичної економії та управління
Український державний університет науки і технологій*

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА В УМОВАХ РАДИКАЛЬНИХ ЗАГРОЗ: РЕТРОСПЕКТИВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Дослідження змісту, особливостей та напрямів можливого вдосконалення податкової політики, що проводиться у сучасній Україні, навряд чи можна вважати ґрунтовним, фундаментальним та дійсно науково аргументованим, якщо воно не буде спиратись на вивчення розробок минулих часів. Різноманітні проблеми, на які наражається податкова політика України в умовах війни та економічної кризи, в багатьом не є унікальними. З численними подібними викликами стикались й інші країни, щоправда за інших обставин та в інші часи.

Тож калькувати принципи та методи їх розв'язання з прикладів минулого, зрозуміло, не доречно. Але скористатись надбанням дослідників у сфері теорії податкової політики та розробників практичного її інструментарію, задіяного за схожих умов надзвичайно потужних криз, цілком доцільно в умовах сучасної України. Більш того, це значно спростить пошук оптимальних конфігурацій наявного інструментарію, дозволить уникнути болісних помилок та неминучих втрат за обрання аматорського вектору вирішення проблем.

Наукові екскурси в історію питання показують, що формування теоретичного підґрунтя сучасної податкової політики, визначення її змістовного наповнення, задач, інструментарію впливу на національну економіку, внутрішнього наповнення та пошуку взаємозалежностей й взаємододатностей її складових розпочинається в Західній Європі вже протягом XVII сторіччя. Перші проблески в майбутньому бурхливого економічного зростання, поступовий занепад архаїчної феодальної класової системи стали важливими передумовами формування ґрунтовних онтологічних засад становлення та розвитку теорії оподаткування.

Саме в ці часи починається становлення та розвиток теоретичних підвалин податкової політики, що була з одного боку у значній мірі заснована на принципах справедливості та егалітаризму, а з іншого – стала важливим інструментом ефективного втручання держави у економічні процеси [1]. Саме властивість податкової політики здійснювати формуючий та регулюючий вплив на рух національної економіки, її інструментальні якості опинилась під пильною увагою цілої плеяди видатних економістів.

Зокрема, в працях Вільяма Петті значна увага була приділена проблематиці податкових втручань держави в національну економіку та визначенню особливості їх безпосереднього впливу на обсяги національного споживання та заощадження, та непрямого через певний передаточний механізм й на зайнятість та її структуру, зміну добробуту населення під тиском податкової політики [2]. Водночас, слід зазначити, що його поглядам притаманне заперечення об'єктивної потреби в диференціації оподаткування, необхідності певної прогресивності

податкових ставок [2] як засобу ефективного маніпулювання обсягами національного споживчого попиту та заощаджень. З іншого боку, він обстоює, можливо спричинену класовою належністю, але відверто реакційну на сучасний погляд, позицію застосування радикально регресивної системи оподаткування, що обґрунтовується вченим за допомогою введених понять «фактичного» та «потенційного» багатств [2]. Безумовно, її практична реалізація сприятиме загальмуванню економічного зростання, сприяючи збагачення, насамперед, найбільш заможних верств населення, та занурюючи у вир злиденності найменш заможних. Відповідне скорочення сукупного попиту вкрай несприятливо відобразиться на економічній динаміці.

Певний скепсис викликають думки дослідника, що виключають наявність трансакційних видатків, що значно викривлює реальну ситуацію, обґрунтовуючи ефективність податкових заходів за умов, де ефективності досягти навряд чи можливо. Ігнорування обставин, які ми зараз сприймаємо скрізь призму «ефекту цеберка Оукена», є певним недоліком авторських теоретичних побудов. Проте, незважаючи на окремі сумнівні твердження, праці В. Петті справили важливий вплив на подальший розвиток теорії та практики податкової політики, здобувши яскраве блискуче продовження в дослідженнях видатних представників англійської класичної школи політичної економії – Адама Сміта та Давида Рікардо.

Сформульовані А. Смітом чотири принципи оподаткування [3, с. 630-632]: платоспроможності, визначеності, зручності для платника та мінімізації трансакційних витрат, певним чином скориговані, не втратили актуальності і в сучасних умовах.

Аналіз стану податкового інструментарію в Великій Британії та інших європейських країнах протягом тривалого періоду надав можливість науковцю дійти висновку щодо відповідності змісту податкових важелів поточному стану національної економіки, що представляє особливий інтерес з огляду на предмет нашого дослідження. Фактично А. Сміт на основі історичного матеріалу довів тенденцію еволюційного зростання частки податкових надходжень в загальному обсягу державних доходів, водночас, показав небажаність використання останніх на реалізацію інвестиційних проектів у державному секторі економіки [3].

На думку вченого, для цього сектору невід’ємними ознаками є неефективність, неповороткість та не конкурентоспроможність, що визначає недоцільність витрачання коштів платників податків.

У цьому ж напрямку плідно працював інший видатний англієць - Д. Рікардо. Піддавши у своїх працях певній критиці окремі положення теорії податків А. Сміта, вчений значно поглибив наукове розуміння сутності та змісту податкової політики.

Його наукова спадщина стала важливою складовою сучасного розуміння сутності та механізмів впливу податкових важелів на розвиток національного виробництва, визначення їх загальних та специфічних властивостей. Вагомий вплив на подальший розвиток теоретичних основ податкової політики справив його дискусійний висновок щодо внутрішньо притаманної державним капіталовкладенням неефективності [4].

Разом з тим авторська логіка доведення цього висновку базується на дещо сумнівних припущеннях. У питанні щодо кінцевих платників податків Д. Рікардо методологічно не зовсім послідовно дотримувався позиції принципово відмінну від А. Сміта, заперечуючи його тезу одноосібності землевласників та поширюючи їх коло на усіх одержувачів доходу чи власників капіталу. На жаль, цей, безперечно прогресивний, крок призвів автора до дещо хибних висновків щодо існування автоматичного пропорційного розподілу податкового тягара поміж усіма верствами населення [1].

В умовах військового стану та викликів подальшого повоєнного відновлення такий підхід може призвести до соціально-економічно небезпечних дисбалансів у податковому тиску на різні верстви населення, сконцентрувавши свій тягар, насамперед, на найменш незабезпечених страхах, призвівши тим самим до загальмування економічного відродження національного виробництва.

Список використаної літератури

1. Белоцерковец В.В. Фискальная политика: взгляд холиста. Днепропетровск. Сич, 1998. – 288 с.
2. Petty W. A Treatise of Taxes & Contributions, shewing the Nature and Measures of Crown Lands, Assessments, Customs, Poll-Money, Lotteries, Benevolence, Penalties, Monopolies, Offices, Tythes, Raising of Coins, Harth-Money, Excize, etc. London, Printed for N. Brooke, at the Angel in Cornhill, 1662. URL: <https://socialsciences.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/petty/taxes.txt>
3. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів: пер. з англ. Київ Наш формат, 2018 – 736 с.
4. Ricardo D. On the Principles of Political Economy and Taxation. London. John Murray, Albemarle-street, 1817. URL: https://books.google.com.ua/books?id=cUBKAAAAYAAJ&q=editions:y8vXR4oK9R8C&pg=PR1&redir_esc=y#v=onepage&q=editions%3Ay8vXR4oK9R8C&f=false

Ксьонз С.Ю.
здобувач вищої освіти
Буднік М.М, к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Навчально-науковий інститут педагогіки, психології,
менеджменту та освіти дорослих
Української інженерно-педагогічної академії
utscataruna@gmail.com

ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОБЛЕМ

Одне з важливих питань практики управління полягає в тому, як підприємницька структура може виявляти свої проблеми і як вона може їх розв'язувати.

Кожне управлінське рішення має бути націлене на якусь проблему, а правильне її розв'язання – те, що дає максимум вигоди для суб'єкта, який господарює.

Проте визначення мети ще не є формулюванням проблеми, а без цього немає необхідності в рішеннях і діях.

Цілі, яких часто намагаються досягти, бувають у ряді випадків недостатньо усвідомленими. Встановлення неправильної мети означає разом з тим розв'язання неправильно сформульованих проблем, що може призвести до набагато більшого марнотратства ресурсів, ніж неефективне розв'язання правильно сформульованих проблем.

Між іншим, для менеджера головне завдання полягає саме в тому, щоб дисциплінувати свої здатності виробляти правильні судження, правильно осмислювати реальні (а не взяті з раніше складеного переліку) проблеми та постійно націлювати себе на управління, що випереджає події.

Виявлення сьогоdnішніх проблем забезпечує можливість прогнозувати проблеми в майбутньому, а отже, попереджати несподівану появу проблем і збільшувати час для підготовки відповідних рішень.

Тому виявлення проблем є постійно діючою функцією менеджменту на будь-якому підприємстві. Без цієї функції неможливо здійснювати принцип постійного вдосконалення діяльності підприємства.

У менеджменті поняття проблема використовується для того, щоб звернути увагу на розрив між бажаним станом (насамперед метою) тієї або іншої системи та її фактичним станом, а саме розв'язання проблеми розглядається як засіб подолання такого розриву, вибір одного з багатьох об'єктивно існуючих курсів дій (альтернатив), що дає змогу перейти від існуючого стану до бажаного.

Управлінська проблема виникає тоді, коли мета підприємства й індивідуальна в чомусь несумісні. Однак, як справедливо зауважують дослідники [1], численні факти свідчать, що людські дії визначаються потребами й метою підприємств куди більше, ніж вільно прийнятими рішеннями самого індивіду. З одного боку, вони приймаються з метою вирішення проблеми, а з іншого, прийняття рішення теж є досить часто непрямою проблемою управління для керівника.

При існуючій у даний час великій розмаїтості процедур і моделей прийняття рішень можливі різні класифікації завдань у процесі розв'язання проблем.

Розглянемо основні критерії класифікації завдань при вирішенні проблем, що виникають:

1. Важливість проблеми для підприємства. Важлива проблема вимагає більшої чіткості, організованості в підготовці до прийняття рішень, створення ефективного контролю, узгодженості між підрозділами, що беруть участь у її розв'язанні.

2. Часовий аспект розв'язання проблеми. Рішення для термінової проблеми, як правило, приймається в умовах більшої невизначеності порівняно з іншим випадком. Якщо проблема не вимагає швидкого рішення, то іноді доцільно накопичити необхідну інформацію для прийняття найкращого рішення.

3. Попередня оцінка ефективності вирішення проблеми. У разі незначного передбачуваного ефекту доцільно буває не робити великих витрат на пошук інформації, оцінку можливих рішень, оскільки навіть не найкраще рішення не дає великого програшу. У разі очікуваного значного ефекту процедуру прийняття рішення необхідно продумувати особливо ретельно.

4. Умови прийняття рішень визначаються станом зовнішнього і внутрішнього середовища: визначеність, ризик, невизначеність і протидія.

5. Характер прийняття рішення: індивідуальний або колективний.

6. Характер моделі проблемної ситуації: точна або приблизна. Як правило, проблемна ситуація описується приближною моделлю і досить просто для того, щоб нею можна було прямо скористатися. У випадку важливих проблем (або коли рішення передбачає великий ефект) необхідно досить точно описати ситуацію. Знайдене оптимальне рішення має бути найкращим для ідеалізованої проблеми, вираженої в моделі. Часто буває доцільніше знайти раціональне, хоч і не завжди найкраще, рішення для реальної проблемної ситуації, ніж витратити зусилля на пошук оптимальних рішень для проблем, що не мають розв'язання.

7. Рівень формалізації процесу прийняття рішення. При прийнятті рішень значну роль відіграють фактори, що не піддаються формалізації: компетентність, об'єктивність, авторитетність джерела інформації, психологічний стан, вплив традицій, моральні норми.

8. Кратність ухвалення рішення: однократна або багатократна процедура. Однократні рішення, як правило, виявляються на довгому відрізку часу і викликають великі наслідки. Дуже часто комплексні завдання є завданнями прийняття однократних рішень. Багатократні рішення у свою чергу поділяються на періодичні й неперіодичні.

9. Види рішень: програмні або непрограмні. Для повторюваних або однотипних проблемних ситуацій, котрі виникають перед підприємством, як правило, розробляються стандартні правила, інструкції.

Для класифікації проблем і пов'язаних із ними рішень принципове значення має їхня належність до стандартних (рутинних) проблем, яким відповідають програмовані рішення, і нестандартних (творчих) проблем, яким більше відповідають рішення непрограмовані.

До програмованих належать рішення, вже відомі з минулого досвіду (або відомий чіткий алгоритм одержання їх), які відразу застосовуються або ж розраховуються за заданим алгоритмом при виникненні стандартних та добре структурованих ситуацій.

На відміну від цього, вироблення непрограмованих рішень вимагає нової інформації, пошуку її нестандартних комбінацій, розроблення й оцінювання раніше не відомих альтернатив та ін. Цей момент особливо важливий для вибору правильних методів пошуку вирішень проблеми, для аналізу й обґрунтування рішень.

Віднесення проблеми до того або іншого класу, її розв'язання залежить від того, який ступінь впливу невизначеності на її елементи. Якщо проблема настільки ясна, що відомі не тільки її мета, альтернативи, витрати, критерії, а й найбільш раціональне її розв'язання, то вона є стандартною і до неї можуть застосовуватися шаблонні правила прийняття рішень.

Якщо перелічені елементи проблеми в основному ясні настільки, що можуть бути описані не тільки якісно, а й кількісно, але вибір рішення з багатьох варіантів досить складний, тоді його ухвалення – це предмет дослідження економіко-математичного моделювання.

Саме за стандартними й добре структурованими проблемами може бути вироблено програмовані рішення. Крім того, розрізняють слабо структуровані й неструктуровані проблеми.

У слабо структурованих проблемах мета, альтернативи, критерії, витрати відомі лише частково, і їх доводиться виявляти при визначенні й аналізі проблем. Методом, що допомагає розв'язувати ці проблеми, є системний аналіз.

Найбільш складними, є неструктуровані проблеми, що виникають тоді, коли не ясна сама їхня сутність, а мета не визначена, альтернативи досягнення їх вимагають пошуку, критерії оцінки неоднозначні й одночасно суперечливі. У розв'язанні таких проблем найважливішу роль можуть відігравати суб'єктивні судження керівників і кваліфікованих фахівців-експертів.

Слід підкреслити, що між переліченими класами проблем немає чітких відмінностей. Багато нових проблем спочатку виступають як неструктуровані чи слабоструктуровані, але в міру їхнього аналізу перетворюються в проблеми добре структуровані й навіть стандартні. Кожне підприємство постійно має справу з різними класами проблем, співвідношення яких може розрізнятися залежно від об'єктивних умов її діяльності й інших чинників, що визначають міру невизначеності, з якою вона стикається.

У більшості випадків підприємство є системою, що розвивається, в якій виникають нові потреби, видозмінюються старі вимоги, виникають нові можливості задоволення потреб, тобто так чи інакше з'являються нові проблеми, що вимагають нових творчих рішень.

Залежно від характеру проблеми, її пошук може бути: механістичним (перебування даних у наявному масиві документів); аналітичним (одержання необхідної інформації шляхом аналітичного опрацювання визначених даних); творчим (конструювання нової інформації на основі порівнянь і асоціацій, логічних процесів, заміни раніше наявних уявлень новими та ін.). При цьому підприємство під тиском проблем, які постійно виникають, прагне заощадити свої творчі, обчислювальні, інформаційні ресурси на розв'язанні кожної проблеми, щоб вчасно знайти й обґрунтувати розв'язання інших проблем. Рівень витрат цих ресурсів залежить від ступеня важливості й вартості самої проблеми для підприємства.

Щодо самого процесу пошуку розв'язання проблем, то тут заслуговують на увагу два положення:

Перше – організаційний пошук залежить від минулого досвіду, освіти персоналу, наявності інформації, стилю прийняття рішень, що склався на підприємстві, та ін.

Друге – у процесі пошуку здійснюється організаційне навчання, воно охоплює визначення мети, якої необхідно досягти, виявлення сфер, у яких може бути розв'язання проблем, розвиток системи інформації, вдосконалювання самих правил пошуку тощо.

Для того щоб розв'язати виявлену проблему, необхідні відповідні рішення й дії. Передбачити всі проблеми неможливо, не завжди можна передбачити й відповідні рішення, котрі, в свою чергу, є частиною цілісної системи рішень.

Прийняття рішень – теж проблема, хоча при поверховому розгляді прийняття рішення здається просто завданням збору фактів, виконаним таким способом, що їхній аналіз автоматично веде до правильного рішення.

Проте прийняття рішень звичайно має більш складний характер. Багато важливих рішень найчастіше доводиться приймати при дефіциті достовірних фактів, тому вони частіше за все приймаються інтуїтивно.

Прийняття рішень заслугоує всебічного вивчення, тому що успіх підприємства може значною мірою залежати від якості прийнятих рішень.

Час, коли приймаються управлінські дії – до виникнення проблем (випереджаюче управління) або після того, як вони виявляються з усією силою (пожежне управління), – винятково важлива характеристика стилю діяльності сучасного менеджера.

Список використаної літератури

1. Management. [Електронний ресурс]. // Менеджмент : [веб-сайт]. // Режим доступу : <http://www.management.com.ua/hrm/>

*Макуріна О.А., асистент,
асистент кафедри програмного забезпечення
комп'ютерних систем
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка», м. Дніпро
Makurin.a.a@ntu.one*

ТЕХНОЛОГІЯ БЛОКЧЕЙН ЯК ПРОДУКТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрова економіка суттєво змінила не лише види, форми та механізм розрахунків, але й форму самих грошей. Перші ідеї створення віртуальних валют, функціонування яких залежить від рівня науки та методу розробки шифрування інформації, яким є криптографія, виникли в кінці 90-х рр. XX ст. На початку 2000-х рр. все більшої популярності набувають електронні гроші, які за визначенням останньої редакції Директива Європейського Парламенту і Ради 2009/110/ЄС «означають грошову вартість, що зберігається в електронній, у тому числі магнітній, формі як вимога до емітента, що випускається після отримання коштів для здійснення платіжних транзакцій, як визначено у пункті 5 статті 4 Директиви 2007/64/ЄС, і що її приймає фізична чи юридична особа, крім емітента електронних грошей». Таким чином, з появою електронних грошей гроші як такі втрачають предметно-речову форму і змінюються на інформаційний ресурс, стають віртуальною реальністю, створеною за допомогою технологічних засобів. У відповідь на об'єктивні технологічні процеси у 2013 р. Кабінетом Міністрів України було схвалено Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні, в якій, зокрема, наведено тлумачення понять «електронна економіка», «електронна комерція», «інформаційна інфраструктура» тощо, а 30 червня 2021 р. було прийнято ЗУ «Про платіжні послуги», який, зокрема, «визначає загальні засади функціонування платіжних систем в Україні, загальні засади випуску та використання в Україні електронних грошей та цифрових грошей НБУ».

Розвиток інформаційних і криптографічних технологій, завдяки яким з'явилися електронні гроші, дали змогу зберігати на технічних пристроях грошову вартість і передавати її, проте, після публікації у 2008 р. статті С. Накамото, з'являється перша цифрова криптовалюта валюта – біткоїн, яка не прив'язана до жодного центрального банку. Враховуючи розвиток економіки того періоду можна зробити висновок, що поштовхом до цієї публікації стала чергова світова фінансова криза, яка значно знизила довіру до традиційних фінансових інструментів держави. Саме з появою біткоїну почався процес децентралізації фінансової системи.

Майнінг криптовалют (від англ. mining - видобуток) – це процес створення цифрових валют. Але не варто порівнювати його з емісією грошей, адже в майнінгу закладені певні функції та завдання для виконавця, адже більшість криптовалют працюють за принципом децентралізації (всі транзакції в мережі не обробляються не певним центральним органом, наприклад, НБУ, а будь-яким користувачем, підключеним до мережі). Оскільки законодавчо визначеного емітента криптовалюта немає, тому її майнінгом може зайнятись будь-яка

фізична та/або юридична особа, в статуті якої передбачено такий вид господарської діяльності, яка стає «майнером».

Наступною важливою складовою процесу майнінгу є оренда приміщення, певне відведення тепла та температурний режим у приміщенні. З 2013 року з'являються репортажі у мережі інтернет про «фабрики біткоїнів» - спеціалізованих безлюдних підприємствах, на яких «працюють» тисячі ASIC-процесорів. Місячний дохід фабрики може перевищувати мільйон доларів (кілька тисяч біткоїнів). На початку 2015 року, навіть якщо припустити, що всі майнери використовують найбільш енергоефективні процесори ASIC, сумарні витрати електроенергії на майнінг оцінювався в 1,46 мегават-години на рік, що еквівалентно річному споживанню: 135 000 американських будинків (середній рівень близько 10, 8 МВт·ч за рік).

Технологія блокчейн застосовується до будь-яких операцій з цифровими активами, що здійснюються в Інтернеті. Нові транзакції, які публікуються в мережі блокчейн, періодично групуються в блок останніх транзакцій. Блоки порівнюються з останніми опублікованими блоками, щоб переконатися, що несанкціоновані транзакції не були додані. Це формує послідовність блоків або блокчейн. Записи транзакцій повинні бути практичними та оновлюватись, оскільки це основа всієї системи біткоїнів. Щоб заохотити користувачів допомогти в такому процесі, система блокчейн присуджує певну винагороду тим користувачам, які здатні розв'язувати математичні головоломки, що базуються на попередньому вмісті блоку. Розв'язуючи головоломку, користувач публікує блок, який містить доказ роботи, що рішення було виконано, з посиланням на попередній повний блок. Інші користувачі повинні схвалити рішення, перш ніж продовжувати свою роботу з новим блоком, який містить нові несплачені транзакції.

Основне призначення майнінгу це створення (видобуток) криптовалюти, прогнозування та підтвердження вже наявних транзакцій. Емісія криптовалюти – це обчислювальний процес зашифрованих блоків, який має відображення в блокчейні та зберігає в собі транзакції за певний період.

Транзакція з цифровими валютами не завершується до того, як вона була додана до блокчейну. Нові послідовності транзакцій додаються приблизно кожні десять хвилин. Однак майнери постійно працюють над додаванням блоків транзакцій та побудовою попередніх транзакцій. Видобуток біткоїнів має значні витрати. Комп'ютеризовані розрахунки, підтвердження роботи є енергомісткими процесами та споживають велику кількість енергії.

Біткоїн став першим практичним доказом успішної роботи блокчейн-систем. Однак сама технологія блокчейн набагато ширше криптовалютного програмного продукту – її платформи, вона дозволяє створювати практично будь-які децентралізовані системи обліку. До таких систем можна віднести, наприклад, земельні реєстри, нотаріальні послуги, посвідчення особи, системи обліку акцій, єдину систему штрафів за порушення ПДР та інше. Крім надійної децентралізованої бази даних, блокчейн дозволяє створювати багато користувачів смарт-контрактів, які виконуються автоматично та використовують цифровий підпис, наприклад, коли для проведення транзакції потрібні два підписи, а також надає інші унікальні можливості.

Перед державами стоять нові завдання, пов'язані з проблематичністю регулювання криптовалютних операцій та інших породжень блокчейн технологій, використанням позитивних сторін з допустимими ризиками, які вбудовують блокчейн-інновацію в поточну фінансову і правову системи. Заборона або дозвіл, як і повне ігнорування – це лише відмова від відповідальності. Поки що немає гідного прикладу вдалого регулювання в будь-якій країні. Проте блокчейн технологія вже є, і вона працює. На противагу всьому старому, як колись електронна пошта потіснила звичайну, а месенджери – телефонію, готівка – монети з дорогоцінних металів.

Бізнес вже готовий використовувати криптовалюту, смарт-контракти та інші блокчейн-інструменти. Найбільші світові банки не тільки вивчають, але вже і впроваджують нові модифікації блокчейн та альтернативних аналогів. У випадку з окремими країнами історичний зріз розвитку, досліджуваної теми, яскраво ілюструє повну нездатність більшості держав адекватно і компетентно реагувати на IT-інновації та науково-технічну революцію.

Список використаної літератури

1. Яцик Т. В. Сутність криптовалюти та етапи її розвитку у фінансовому обліку. *Молодий вчений*. 2018. № 3. С. 385–390.
2. Костюченко В. М. Малиновська А.М., Мамонова А.В. Передумови запровадження обліку та оподаткування операцій із криптовалютами в Україні. *Modern economics*. 2017. № 6. С. 94-102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/modecon_2017_6_13.
3. Angeline Y. K. H. et al. Accounting Treatments for Cryptocurrencies in Malaysia: The Hierarchical Component Model Approach. *Asian Journal of Business and Accounting*. 2021. №. 2. P. 137-171.
4. Jalan A., Matkovskyy R., Yarovaya L. “Shiny” crypto assets: A systemic look at gold-backed cryptocurrencies during the COVID-19 pandemic. *International Review of Financial Analysis*. 2021. №3. P. 103-112
5. Tsuchiya Y., Hiramoto N. How cryptocurrency is laundered: Case study of Coincheck hacking incident. *Forensic Science International: Reports*. 2021. № 4. P 108 – 116

**Папуша І. В., аспірантка спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Український державний університет науки і технологій
papusha.inna.15@gmail.com**

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗАВДАННЯ

В умовах глобалізації, а також підсилення складності суб'єктів господарювання та оточуючого їх зовнішнього середовища стратегічна орієнтація взагалі, зокрема обґрунтоване та інноваційно-спрямоване стратегічне планування набувають особливого значення. Тому виникає потреба ефективного планування основного виду діяльності підприємства – операційної діяльності. Згідно стандартів бухгалтерського обліку, операційна діяльність визначається як основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою. Оскільки даний важливий вид діяльності є більш опрацьованим на оперативному та тактичному рівні, постає проблема подальшого дослідження, розкриття сутності та характерних рис стратегічного планування операційної діяльності підприємства.

Стратегічний процес планування операційної діяльності – явище мало досліджене, відповідно потребує структуризації та систематизації. Загалом, стратегічний процес – це певний набір дій, рішень та кроків реалізації обраного напрямку стратегічного планування підприємства.

Елементи та етапи стратегічного процесу операційної діяльності у наявній науковій літературі докладно перераховано, проте недостатньо досліджена їх сутність та особливості. Тому виникає потреба в аналізі характерних рис та завдань процесу стратегічного планування операційної діяльності. Зокрема значущим питанням для аналізу є сутність та особливості стратегічного планування операційної діяльності у контексті всього процесу стратегічного планування. Слід визнати, що протягом останніх років кількість наукових праць з проблем розробки та реалізації стратегічного планування операційної діяльності підприємств зростає в геометричній прогресії, проте й сьогодні дане питання має бути більш вивченим та опрацьованим. Оpubліковано фундаментальні праці, в яких системно висвітлено особливості планування операційної діяльності підприємства, до яких ми відносимо праці Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Михайленко О. В., Комарицька Н. І., Сумець О. М. та ін.[1,2,3].

Стратегічне планування операційної діяльності – це вузьке планування для основних структурних підрозділів підприємства, що не є самостійними: заводів, що входять до складу підприємства, цехів, бригад, відділів, дилерів тощо[4]. Це найнижчий рівень стратегічного планування підприємства, з яким пов'язані стратегії, що займають вищий рівень за ієрархією: корпоративна, конкурентна, функціональні.

Деякі науковці співставляють операційну та виробничу діяльність, як наслідок ототожнюється стратегічне планування їх функціонування. Проте виробнича стратегія є функціональною, і має явні відмінності від стратегії планування операційної діяльності. Як відомо, під виробничою діяльністю розуміють сукупність цілеспрямованих процесів, що здійснюються людьми за допомогою засобів праці чи природних процесів, у результаті яких предмети праці перетворюються в готову продукцію, змінюючи при цьому свій склад, стан, форму та отримуючи певні нові властивості.

У свою чергу, стратегічне планування операційної діяльності полягає в прийнятті рішень, що пов'язані з розробкою виробничого процесу та інфраструктури, необхідної для підтримки його функціонування. Розробка процесу полягає у виборі придатної технології, складанні графіка процесу в часі, визначенні товарно-матеріальних запасів, а також способу розміщення даного процесу. Рішення, пов'язані з інфраструктурою, стосуються систем планування та управління, способів забезпечення якості та контролю якості, структури оплати праці та організації операційної функції підприємства. стратегічне планування операційної діяльності можна розглядати як складову частину загального процесу планування, що забезпечує відповідність операційних задач задачам більш широкої організаційної структури. Оскільки такі задачі мають тенденцію змінюватися з часом, операційна стратегія також повинна розроблятися з урахуванням можливих майбутніх змін потреб покупців продукції підприємства. Операційні можливості будь-якого підприємства можна розглядати як деякий портфель можливостей, що найбільше точно підходять для адаптації до запитів споживачів продукції або послуг підприємства.

Відповідно до ранніх робіт С. Уїкхема Скіннера з Гарвардської бізнес-школи і більш пізніх досліджень Террі Хілла з Лондонської бізнес-школи розрізняють кілька основних типів операційних пріоритетів: витративиробництва, якість і надійність продукції, термін виконання замовлення, надійність постачань, здатність фірми реагувати на зміну попиту, гнучкості швидкості освоєння нових товарів, а також специфічні для кожного окремого товару критерії.

На нашу думку підстратегічним плануванням операційної діяльності слід розуміти сукупність взаємопов'язаних управлінських рішень щодо розробки загальної політики та планів використання ресурсів підприємства (організації), що спрямовані на ефективну підтримку його довгострокової конкурентної стратегії в частині розвитку операційної системи.

Фактори, які слід враховувати при стратегічному плануванні операційної діяльності:

- запити оточуючого середовища;
- вимоги конкурентів (врахування сильних та слабких сторін діяльності конкурентів, їх можливих дій);

- особливості генеральної та функціональних стратегій організації;

- життєвий цикл товарів та процесів, які мають місце в організації

Стратегія планування операційної діяльності повинна вирішувати наступні завдання:

- 1) вибір та обґрунтування цілей операційної діяльності;
- 2) раціональне розміщення виробничих потужностей;
- 3) проектування продукції і послуг;
- 4) впровадження автоматизованого виробництва;
- 5) формування номенклатури й асортименту продукції з урахуванням потреб ринку та їх прибутковості;
- 6) забезпечення балансу обсягів виробництва продукції по окремих періодах;
- 7) оптимізація параметрів виробничого процесу;
- 8) раціоналізація цінової політики підприємства.

Особливості формування стратегії планування операційної діяльності:

1. Нейтралізація негативного впливу на підприємство шляхом мінімізації негативних факторів (прогнозоване зростання вартості паливно-мастильних матеріалів, скорочення в майбутньому кадрових ресурсів, розширення виробництва органічної продукції тощо).

2. Використання детальних вимірів і контролю з метою переконання, що здійснювана операція не порушує встановлених технологічних норм (відповідність технологічного процесу встановленим нормативам під час виробництва промислової продукції та ін.)

3. Мінімізація діяльності менеджерів в оперативній роботі за винятком прийняття інвестиційних рішень (створення нових виробничих потужностей, закупівля нового технологічного обладнання, впровадження нових технологій тощо).

4. Пошук умов, які би підтримували відповідну рівновагу в конкурентній боротьбі, забезпечували конкурентоспроможність товарів і продукції (реконструкція підприємства, вдосконалення технології виробництва, підвищення продуктивності праці за рахунок нової техніки, кадрової стратегії та підвищення кваліфікації працівників, розширення масштабів виробництва і підвищення його ефективності).

5. Підтримка та посилення корпоративної стратегії і впровадження інновацій, що сприяють її ефективному застосуванню (нові технології, вдосконалення структури організації).

6. Впровадження технологічних удосконалень, що відповідають світовим технологіям, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності товарів і продукції на ринку.

Отже, найважливішим фактором ефективного стратегічного планування операційної діяльності є розуміння її сутності, особливостей та завдань, що вона виконує. Вибір ряду правильних комбінацій стратегічного планування операційної діяльності є найбільш впливовий фактор конкурентної переваги, тому що окремі види діяльності впливають один на одного. Таким чином, спрямованість на досягнення високої конкурентоспроможності підприємства, стратегія ведення операцій, з одного боку, і вимоги конкурентної боротьби до пошуку найбільш ефективних методів ведення операцій - з іншого, нероздільні й взаємопов'язані, вони потребують проведення більш ретельних досліджень у цьому напрямку.

Список використаної літератури

1. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Желябін В.О., Кириченко І.Г., Ажажа М.А. Операційний менеджмент. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2010.
2. Михайленко О. В., Комарицька Н. І. Розроблення операційної стратегії підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 16, ч. 1, 2017.
3. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник. ХНУВС. Харків 2021. 208 с.
4. Довбня С.Б., Найдовська А.О. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. НМетаАУ. Дніпропетровськ 2011. 71 с.

*Федотова Т. А. , к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та МEB,
Питомець М. О., бакалавр,
студент кафедри економіки та МEB
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
feduy@ukr.net*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СВІТОВІЙ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬСТВОМ ТА НАПРЯМИ ПОДОЛАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ КРИЗИ

На сучасному етапі світового розвитку економік за умов жорсткої конкуренції, постійних політичних конфліктів, природних катаклізмів, повної глобалізації та ринкових спекуляцій дуже важливе місце посідають питання світової торгівлі продовольством, продовольчої безпеки та продовольчої кризи, тобто харчового голоду бідних верств населення

в країнах, що мають таку проблему. Основою успіху країн, нині є ефективна світова продовольча торгівля і продовольча безпека та ефективно управління ними. Розробка нових підходів та методів до світової торгівлі продовольством та продовольчої безпеки, створення і введення нових принципів продовольчої безпеки та регулювання внутрішніх елементів, що впливають на світову торгівлю продовольством, стимулюють створення і впровадження інноваційних рішень подолання продовольчої кризи.

Зараз у світі відбувається переоцінка головних цінностей через світову кризу, серед яких повернення до первинних продовольчих потреб. Держави намагаються покращити становище світової продовольчої торгівлі та стан власної продовольчої безпеки в умовах світової продовольчої рецесії. Це можна охарактеризувати, як своєрідну деградацію - відхід від технологічного задля задоволення первинних потреб в харчуванні. Наразі, володіння значним обсягом аграрно-промислового комплексу та виробництва визначають готовність країни до світової кризи та продовольчої рецесії.

Місце в світовій торгівлі та стан продовольчої безпеки країни, все більше стає фундаментом, який визначає економічне становище та перспективи розвитку країни. Зрозуміло, що стан світової торгівлі продовольства та продовольчої безпеки становить лише частину продовольчої системи та відносин між країнами. Визначальну роль в стабільності розвитку держави відіграє продовольча безпека національної економіки в масштабі світової продовольчої торгівлі. Врахування та визначення особливостей продовольчої торгівлі є головною умовою забезпечення ефективності економічної стратегії будь-якої держави.

Продовольство є найважливішим стратегічним товаром, одним із пріоритетів світової економіки та політики. Проблема забезпечення продовольчої безпеки в сучасному світі загострюється, що спричинено нестійкістю кон'юнктури світового агропродовольчого ринку та кризами сільськогосподарського виробництва, зумовленими негативними природними явищами (посухами, повеннями) у країнах різних регіонів світу.

Посилення процесів глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя створює передумови для формування загальносвітової агропродовольчої системи, якій приділяється особливе місце в рамках суспільного виробництва. Світова агропродовольча система включає сфери: промисловості, яка виробляє засоби виробництва; сільського господарства, що виробляє сировину для продовольства; переробки та реалізації сільськогосподарської сировини та продовольства [1]. Тому міжнародну торгівлю продовольством можна вважати одним із основних елементів агропродовольчої системи світу [2].

Для знаходження напрямів подолання продовольчої кризи та шляхів забезпечення продовольчої безпеки, потрібно визначити теоретико-методологічні аспекти світової торгівлі продовольством, знайти головні сучасні тенденції у світовій торгівлі продовольством та встановити участь і місце України у світовій торгівлі продовольством.

По-перше, було встановлено, що продовольство є найважливішим стратегічним товаром, одним із пріоритетів світової економіки та політики. Також, що за сучасних обставин проблема забезпечення продовольчої безпеки в сучасному світі загострюється, головними причинами чого є нестійкість кон'юнктури світового агропродовольчого ринку та кризи сільськогосподарського виробництва.

По-друге, було визначено, фактори впливу на світову торгівлю продовольством (табл. 1).

По-третє, було встановлено, що на сучасному етапі розвитку економічної думки ще не склалося єдиного підходу до визначення алгоритму забезпечення продовольчої безпеки та подолання продовольчої кризи. Існує велика кількість організацій, які з перемінним успіхом підтримують стан продовольчої безпеки та надають рекомендації щодо подолання продовольчої кризи. Значний вклад у вироблення ефективних механізмів у цьому напрямі зробила Продовольча та сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй - ФАО [3].

Фактори впливу на розвиток торгівлі продовольчими товарами

Фактор	Характер впливу	Наслідки
Темпи становлення інфраструктурної складової ринків багатьох товарів та послуг, а таке формування їх раціональної структури	Негативний вплив	Повільні темпи становлення інфраструктури продовольчих ринків обмежують доступ споживачів до продуктів харчування
Невисока еластичність попиту	Позитивний вплив	Стабільність обсягів збуту продукції кінцевим споживачем
Конкурентна ситуація на ринках окремих видів продовольчих товарів	Позитивний вплив	В умовах чистої конкуренції або олігополії, ціни встановлюються на основі співвідношення попиту та пропозиції
Ринкові та споживчі характеристики об'єктів ринку продовольства	Позитивний вплив	Високий рівень стандартизації товарних партій
Канали розподілу продукції	Позитивний вплив	Канали є сформованими і довшими за ті, що існують на інших ринках
Взаємовплив ринків продовольства та суміжних товарних ринків	Позитивний вплив	Забезпечення доступу споживачів до продовольчих товарів
Інвестиційна привабливість продовольчих ринків	Позитивний вплив	Продовольчі ринки є інвестиційно привабливими, тому що попит на продовольчі товари є нееластичним

Під час аналізу визначено, що головними світовими експортерами продовольства є Китай, США, Російська Федерація, Індія. Головними світовими імпортерами продовольства є бідні країни Африки та розвинуті країни, які входять до ЄС. На міжнародній арені присутні такі тенденції: росту світових обсягів виробництва продовольства та стрімкого росту ціни. Також присутня ситуація рецесії продовольчої безпеки в світі.

Слід зазначити що Україна є вагомим гравцем на світовому експортному ринку продовольства, експортуючи велику кількість соняшникової олії (1 місце в світі, 24% від світового експорту), пшениці (9 місце в світі, 3,5 % від світового експорту), кукурудзи (5 місце в світі, 13 % від світового експорту), та займає 3 місце серед країн експортерів продовольства країн ЄС [4].

По результатам проведеного дослідження підтверджено, що на сучасному етапі світового розвитку національних економік за умов жорсткої конкуренції, постійних політичних конфліктів, природних катаклізмів, повної глобалізації та ринкових спекуляцій найважливіше місце посідають питання світової торгівлі продовольством, продовольчої безпеки та продовольчої кризи. Подолання продовольчої кризи практикують розробкою нових підходів та методів до світової торгівлі продовольством, створення і введення нових принципів продовольчої безпеки та регулювання внутрішніх елементів, що надають вплив на тенденції світової торгівлі продовольством, які стимулюють створення і впровадження інноваційних рішень подолання продовольчої кризи.

Список використаної літератури

1. Брензович К.С., Дубляк О.І. сучасні тенденції світової торгівлі сільськогосподарською продукцією // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. - вип. 8. - ч. 1. – С. 18-22.

2. Сподіваючись на відновлення. Куди прямує глобальна економіка [Електронний ресурс] // Тиждень. 27 січня 2022. Режим доступу до ресурсу: <https://tyzhden.ua/spodivaiuchys-na-vidnovlennia-kudy-priamuie-hlobalna-ekonomika>.

3. Структура та фінансування [Електронний ресурс] // Продовольча та сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй ФАО. Режим доступу до ресурсу: <https://www.fao.org/about/who-we-are/ru>.

4. Продовольчий прогноз 2015-2022 [Електронний ресурс] // “ГСІРП (Глобальна система інформації і раннього попередження з проблем продовольства та сільського господарства). ФАО. Режим доступу до ресурсу: <https://www.fao.org/gIEWS/country-analysis/external-assistance/ru/?changes=3>.

Фесюк О. В.

*здобувач другого рівня вищої освіти
науковий керівник Моголівець А.А., к.е.н.,
доцент кафедри економіки будівництва*

*Київський національний університет будівництва і архітектури
fesiuk_ov@knuba.edu.ua*

УПРАВЛІННЯ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИМИ КОМПАНІЯМИ НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Корпоративна соціальна відповідальність є концепцією ведення бізнесу за якої компанія бере на себе зобов'язання перед суспільством із метою внесення свого внеску у покращення суспільного життя у сферах захисту навколишнього середовища, задоволення соціальних потреб суспільства, побудова взаємовідносин із різними групами стейкхолдерів на засадах взаємоповаги, взаємодопомоги і взаємовигоди.

Для девелоперських компаній стейкхолдерами можуть виступати власники, співробітники компанії, акціонери, управлінський персонал, покупці нерухомості, постачальники, проектувальники, підрядники, органи влади, фінансові установи, суспільні організації, населення навколишніх будинків, яке часто перешкоджає зведенню нових об'єктів на своїй території, конкуренти і усі, хто зацікавлений або незацікавлений в будівництві. Соціально відповідальна компанія має прислухатись до усіх груп стейкхолдерів, вести з ними діалог і шукати компроміс серед багатьох, часто різноспрямованих цілей серед груп зацікавлених сторін.

Сьогодні усе більшого поширення набуває думка, що при розрахунку вартості компанії слід враховувати не тільки сукупний грошовий потік (доходний метод) або у порівнянні із конкурентами (порівняльний метод), але за ринковим підходом (вартість акцій компанії на ринку), але ураховуючи при цьому її вплив на навколишнє середовище та суспільство [2, 4]. Тому при формуванні стратегії діяльності девелопера важливою є формування економічної довіри між девелоперською компанією та групами стейкхолдерів будівельного проекту [3, 8].

Напрямки розвитку корпоративної соціальної відповідальності девелопера можуть бути самими різноманітними (рис.1) [1-8]:

- розвиток людського капіталу підприємства (підтримка здатностей і талантів, наставництво, коучінг, оплата додаткового навчання, організація на рівні компанії або поза нею тренінгів, курсів по розвитку компетентностей працівників на рівні корпорації тощо);
- соціальний захист працівників компанії (оплата медичних страховок, додаткових відпусток, організація кімнат тимчасового догляду за дітьми співробітників, правове консультування тощо);
- формування трудових відносин на принципах взаємодії та соціального партнерства (участь співробітників в обговоренні стратегічних напрямків розвитку компанії тощо);

- удосконалення соціально-трудових відносин (гнучкий графік робочого часу співробітників, дотримання кодексів корпоративної етики, підвищення безпеки виконання робіт й якості продукції);
- екологічна та природоохоронна діяльність (активізації природоохоронної діяльності та заходів з ресурсозбереження, проектування із урахуванням можливості повторного використання будівельних відходів, зменшення викидів та забруднень будівельним сміттям);
- розвиток соціального партнерства шляхом реалізації соціально значимих або необхідних для жителів проектів, підтримка вразливих груп населення тощо.
- забезпечення дотримання норм законодавства, галузевих та міжнародних стандартів;
- соціальне підприємництво, реалізація соціальних програм на рівні територіальних громад, регіонів, держави або міжнародних;
- благодійництво, меценатство, участь у інших заходах та програмах із добродійництва.

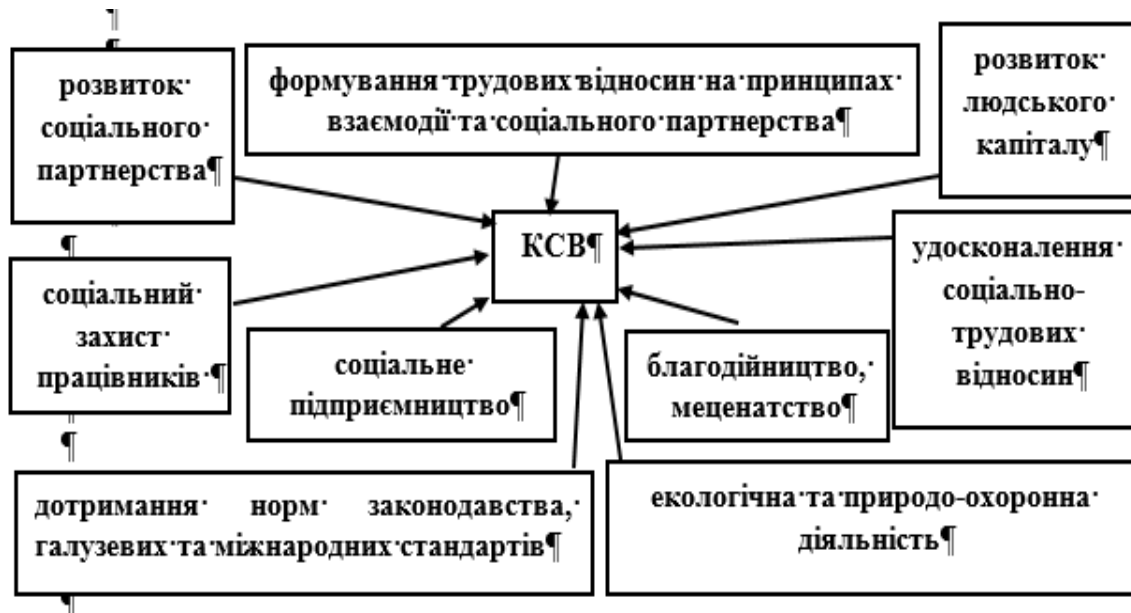


Рис.1. Напрямки розвитку корпоративної соціальної відповідальності девелоперських компаній

Саме тому вкрай актуальним напрямком розвитку девелоперських компаній є перехід до соціально відповідального девелопменту [4; 6; 7, с. 77-78], в основі якого покладено концепцію корпоративної соціальної відповідальності.

Список використаної літератури

1. Стеценко В., Березова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії. *Галицький економічний вісник*. № 2 (63). 2020. С.243-250. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02/
2. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2009. № 3. С. 71-74.
3. Гриценко О.С., Запечна Ю.О., Шевчук К.І., Бородавко М.В. Вплив на економічну безпеку будівельних підприємств рівня корпоративної соціальної відповідальності. *Будівельне виробництво*. 2015. Вип. 59. С. 49-51.
4. Беленкова О.Ю. Теоретичні передумови формування поняття «соціально відповідальний девелопмент». *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2018. № 38. С. 17 – 24.
5. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Науковий вісник КНЕУ ім. В. Гетьмана*. 2013. № 4. С. 5–26.

6. Беленкова О.Ю., Шаоцин Гао. Система управління ефективністю реконструкції житлового фонду на основі економічного девелопменту. *Standardisation of engineering construction*. 2016. № 1. С. 356–357.

7. Беленкова О.Ю. Стратегія та механізми забезпечення конкурентоспроможності будівельних підприємств на основі моделі сталого розвитку: монограф. Ліра-К, 2020. 512 с.

8. Шевчук К.І., Павлій С.В. Економічна довіра як передумова забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2019. Вип. 40. С. 113-118.

**Чобіток В. І., д.е.н., професор,
в.о. завідувача кафедри маркетингу
та торговельного підприємництва
Українська інженерно-педагогічна академія
vika_chobitok@ukr.net**

АКТУАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ БІЗНЕС-СИСТЕМ

В умовах постійного зростання конкуренції, нестабільності ринкового середовища, а також інтенсифікації потоків інформації, адресованої споживачам, акцент діяльності вітчизняних бізнес-систем більшості галузей і сфер зміщується з традиційних напрямів на ефективне інформаційно-інноваційне забезпечення продукції. Сьогодні недостатньо виробити якісний продукт, встановити на нього привабливу ціну та забезпечити оптимальну дистрибуцію – на перший план виходить здатність вітчизняних бізнес-систем будувати ефективну інноваційну комунікацію з цільовими ринками. Такий стан системи ринкових відносин у контексті теорії маркетингу можна назвати комунікаційною концепцією ведення бізнесу.

У науковій літературі немає однозначного підходу до трактування та визначення місця маркетингової комунікації в маркетинговій діяльності вітчизняних бізнес-систем. Деякі автори ототожнюють їх з одним із елементів комплексу маркетингу - просуванням, інші відводять їм більш широкі функції в діяльності компанії. Маркетингова комунікація розглядається вченими і як частина бюджету компанії, і як інвестиція. Водночас, як і будь-який вид комерційної діяльності, пов'язаної із здійсненням грошових вливань, маркетингова комунікація потребує оцінки її ефективності.

Серед показників оцінки ефективності маркетингових комунікацій в інноваційному розвитку вітчизняних бізнес-систем, за загальноприйнятою думкою, найбільш суттєвим є їх вплив на кінцеві результати діяльності підприємства – товарообіг і прибуток у сукупності з витратами на їх реалізацію.

В даний час на перший план виходить не тільки грамотна комунікаційна підтримка продуктів вітчизняних бізнес-систем, але й оптимальний інформаційно-маркетинговий вплив на цільову аудиторію, співвіднесене з фінансовими можливостями компанії, що є однією з основ побудови ефективного комплексу маркетингових комунікацій.

Серед визнаних на сьогоднішній день методів оцінки ефективності маркетингового комунікаційного комплексу найбільшою популярністю користується система збалансованих показників (BSC - Balanced Scorecard), яка дозволяє оптимально пов'язати корпоративні та комунікаційні цілі підприємства з його ресурсною складовою [1-4].

Перехід конкуренції з виробничої сфери у комунікаційну особливо гостро відчувається в діяльності вітчизняних бізнес-систем у сфері реклами та інформації. При всій різноманітності методів і підходів до розробки комплексу маркетингових комунікацій їх застосування до специфіки діяльності є обмеженим. Це пов'язано з тим, що:

діють на стику виробничої та сфери послуг, працюючи одночасно на двох ринках, виступаючи посередниками між рекламодавцями та отримувачами продукції;

більшість вітчизняних бізнес-систем є експериментальними у створенні комплексів маркетингової комунікації та бюджетування, часто існують упередження щодо однієї з груп споживачів, що робить ефективність комунікаційної діяльності низькою та важко вимірною, а також призводить до незадоволення однієї з груп клієнтів;

специфіка споживання продукції та послуг вітчизняних бізнес-систем вимагає використання відмінної від традиційної методології розробки комплексних маркетингових повідомлень.

Вітчизняні бізнес-системи у сфері рекламно-інформаційних послуг, у тому числі галузевих, відіграють важливу соціальну роль, яка пов'язана з наданням інформаційних послуг широким колам споживачів цікавою для них тематичною інформацією. У зв'язку з цим ключовим моментом діяльності вітчизняних бізнес-систем є інформаційна підтримка своїх продуктів або здійснення ефективної маркетингової комунікації з цільовими ринками для їх інноваційного розвитку.

Отже, інструменти маркетингової комунікації в інноваційному розвитку вітчизняних бізнес-систем вимагають постійного вдосконалення у зв'язку зі змінами в свідомості споживачів. Ці зміни спостерігаються в процесі переходу від індустріального до постіндустріального суспільства, а також до інформаційних змін, з урахуванням розвитку засобів і каналів комунікації, а також досягнень науки і технічного прогресу.

Список використаної літератури

1. V. Chobitok, O. Shevchenko, O. Lomonosova, V. Kochetkov, V. Bykhovchenko Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. *Cuestiones Políticas*. Vol. 39, № 71 (2021). <https://doi.org/10.46398/cuestpol.3971.35>.

2. Васильців Н.М. Цифровий маркетинг як складник перспективного напрямку розвитку індустрії 4.0. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 2. С. 35-40.

3. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток : маркетинг і менеджмент знань : монографія. Суми : Діса плюс, 2016. 192 с.

4. Прохорова В. В., Чобіток В. І. Інтелектуалізація управлінських процесів як детермінантно-мотиваційна основа бізнес-моделі підприємств. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 2 (144). С. 65–75.

СЕКЦІЯ 4. МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І АУДИТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

*Гаращенко К. В.,
магістрант кафедри обліку і оподаткування
oblikdiit@gmail.com*

*Науковий керівник
Пікуліна О. В. к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Український державний університет науки і технологій
lena.chernovol1987@gmail.com*

АНАЛІЗ І АУДИТ ЯК ВЗАЄМОПОВ'ЯЗАНІ ЕЛЕМЕНТИ ЕФЕКТИВНОЇ ПЕРЕВІРКИ ЗВІТНОСТІ

В умовах швидкого зростання чисельності економічних суб'єктів, які потребують проведення аудиту для підтвердження достовірності фінансової звітності та загального уявлення про фінансово-економічний стан організації для залучення кредиторів, акціонерів та інвесторів, актуальною стає проблема про перехід на новий рівень оцінки бізнесу, за допомогою одночасно-об'єднаних аудиту та аналізу, що дозволяють більш детально розкрити економічну інформацію про суб'єкта.

Виникає необхідність оцінки достовірності фінансової звітності як з погляду аудиту, так і з позиції економічного змісту інформації цієї звітності. Актуальним стає питання ступеня взаємодії між економічним аналізом та аудитом у господарській діяльності підприємства.

В сучасних умовах перед аудитором, крім визначення правомірності та достовірності даних фінансової звітності, стоїть завдання аналізу джерел формування ресурсів підприємства, погашення кредиторської заборгованості та подальшого ефективного розвитку бізнесу. У якості критеріїв для формування порівняльної оцінки потрібна не тільки фінансова звітність, а також статистичні, макроекономічні та галузеві показники-індикатори, які необхідні для розуміння фінансового стану підприємства та якісної оцінки його діяльності [5].

Тому незаперечним фактом є судження про те, що економічний аналіз та аудит взаємопов'язані, і в сукупності є невіддільними частинами подання економічних відомостей про підприємство. При цьому застосування науково-методичного інструментарію конкретних видів економічного аналізу в процесі проведення відповідних видів аудиту обумовлено збігом їх цільової спрямованості.

Відповідно до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» аудит фінансової звітності – «аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та/або консолідованої фінансової звітності юридичної особи або представництва іноземного суб'єкта господарювання, або іншого суб'єкта, який подає фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність групи, з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам» [4].

Аудиторські послуги «надаються на підставі договору про надання аудиторських послуг, укладеного між суб'єктом аудиторської діяльності та замовником» [4].

Головна мета аудиту – «переконати користувачів фінансових звітів у тому, що ці звіти дають достатньо точне уявлення про стан підприємства на певну дату та про те, як його було досягнуто» [1].

Спеціалізація аудиту зводиться до вирішення таких завдань, як: оцінка рівня правильності та законності відображення фактів господарського життя в бухгалтерському обліку, допомога з усунення недоліків або порушень, що вплинули на фінансові результати,

або фактів, здатних вплинути на господарську діяльність та кінцевий результат у майбутньому, питання кваліфікації кадрів, а також допомога із захисту інтересів у податкових органах та арбітражних судах. Економічний аналіз на практиці є видом управлінської діяльності, який передуює прийняттю управлінських рішень і зводиться до обґрунтування рішень з урахуванням наявної інформації [2; 6].

Невід'ємними частинами є також якість і точність аналізованих у ході економічного аналізу явищ, що мають на увазі якісні та кількісні методи обґрунтування варіантів управлінських рішень, які включають детермінований факторний аналіз.

При цьому, економічний аналіз – це одна з найважливіших складових аудиту на всіх етапах його проведення. Він застосовується на стадії підготовки та складання плану аудиторської перевірки, при формуванні аудиторських доказів, здійсненні аудиторських вибірок, при оцінці суттєвості фінансової звітності, та на етапі формування підсумків перевірки, обґрунтуванні висновків та складанні звіту незалежного аудитора [2].

Аналіз займає проміжне місце між функціями збору та обробки інформації та функціями прийняття рішення. Аналітичне забезпечення прийнятих рішень – одна з основних функцій, яка відрізняє аналіз від інших функціональних економічних наук.

Оскільки аналітичні процедури є однією з форм аудиторських процедур, то має сенс розкрити сферу застосування економічного аналізу в процесі аудиту, яка часто включає:

- контроль формування пояснювальних записок до річної фінансової звітності;
- контроль складання річного звіту керівника акціонерного товариства або державного підприємства;
- попередній звіт про фінансове становище організації-боржника під час проведення процедури банкрутства;
- аналіз фінансового стану для формування попередньої оцінки;
- проведення реструктуризації (зміна структури компанії та її елементів) [5].

Крім цього, аудиторі використовують певний набір розрахункових коефіцієнтів та показників з економічного аналізу, і застосовують їх для аудиторської перевірки. До таких показників належать наступні:

- показники майнового стану;
- коефіцієнти структури капіталу;
- коефіцієнти ліквідності;
- коефіцієнти рентабельності;
- коефіцієнти ділової активності [6].

Крім перерахованого в ході аудиторської перевірки аудиторі часто застосовують такі методи економічного аналізу, як: поглиблений комплексний фінансовий аналіз, деталізований фінансовий аналіз, горизонтальний, вертикальний і трендовий методи аналізу, метод факторного аналізу та метод експертних оцінок.

Аудиторі також використовують статистичний аналіз із застосуванням методів вибіркового спостереження, угруповань, індексів, кореляції та регресії, що суттєво розширює аналітичні способи та прийоми дослідження [5].

Вибіркове спостереження є основним джерелом отримання статистичної інформації щодо звітності, оскільки найчастіше через неможливість проведення суцільних перевірок аудитор формує думку про достовірність фінансової звітності, орієнтуючись на вибіркові документи.

Однак, в сучасних умовах, коли аудиторі обмежені періодом часу, зазначеним у договорі про аудиторську перевірку, який часто буває занадто малим, навіть вибірковий аудит стає складним, не кажучи вже про більш широкий та ретельний економічний аналіз усіх сфер діяльності підприємства. При цьому ймовірність ризику в разі зростає як для одержувача аудиторського висновку, так і для самого аудитора, який визначає обсяг вибірки, виходячи із значення припустимого викривлення (МСА 530 «Аудиторська вибірка») та відповідає за результат цієї перевірки [3].

Спираючись на виявлений взаємозв'язок між аудитом та економічним аналізом, а також на все вищевикладене, доречним є створення нових програмних продуктів, що націлені на аудит та аналіз при веденні бізнесу, які можуть бути створені за допомогою ІТ-програмування та штучного інтелекту у професійній сфері, суть яких полягатиме у значному спрощенні аудиту, починаючи з етапів його планування та прийняття рішення про обсяг аудиторської вибірки, до кінцевого результату перевірки, заснованого на аналізі економічних показників та достовірності даних фінансової звітності.

Дані продукти повинні полегшити основний етап аудиторської перевірки – стратифікацію генеральної сукупності за певною ознакою, залежно від мети аудиту, з якої надалі сформується найточніший обсяг аудиторської вибірки, що значно зменшить ймовірність ризиків проведення сукупного аудиту-аналізу. Крім цього, програмну корисність оцінять як аудитори, так й бухгалтера, аналітики, працівники служби статистики та ін.; вони вплинуть на багато економічних сфер суспільства шляхом покращення внутрішнього контролю бізнесу.

Таким чином, з наведеного вище можна зробити висновок, що при правильно орієнтованому використанні взаємозв'язку між аудитом і економічним аналізом діяльності підприємства відкривається новий рівень оцінки ведення бізнесу, націлений на максимально точний кінцевий результат аудиторської перевірки.

Список використаної літератури

1. Гончарук С. М., Приймак С. В., Шот А. П. Методологічні підходи до підвищення якості аудиту фінансової звітності. *Modern Economics*. 2020. № 20(2020). С. 53-59.
2. Марущак Л. Фінансова звітність як елемент системи управління підприємством. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 2 (25). С. 128- 135.
3. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг видання 2016-2017 років. URL: <https://mof.gov.ua/uk/mizhнародni-standarti-audit>.
4. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України № 2258-VIII від 21.12.2017 р. Дата оновлення 01.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>.
5. Прохорова Л. І., Юхименко Є. С. Аналіз сучасного стану та проблеми реформування і розвитку аудиторської діяльності в Україні на основі міжнародного досвіду. *Молодий вчений*. 2019. № 7 (70). С. 205-211.
6. Шило Л. А., Топоркова О. А. Фінансовий аналіз діяльності акціонерних товариств. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 64. С. 82-88.

Карпова А.В.
магістрант кафедри управління фінансами,
облікової аналітики та моніторингу бізнесу,
Акімова Т.В., к.е.н., доцент
т.в.о. зав. кафедри управління фінансами
облікової аналітики та моніторингу бізнесу
Український державний університет науки і технологій
68takim@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В БАНКАХ

Існування та розвиток економіки будь-якої країни не можливі без ефективної банківської системи. Банківська система – це об'єднана загальною метою, внутрішньо-організована, взаємопов'язана сукупність банківських установ, що існують у межах єдиного фінансового та грошово-кредитного механізму в певний проміжок часу [1]. Для нашої країни характерна, так звана, дворівнева банківська система, яка будується на взаємовідносинах між

банками і по вертикалі, і по горизонталі. По вертикалі це відносини підлеглості між центральним банком України (НБУ) як керівною ланкою і комерційними банками як підлеглими ланками. По горизонталі – це відносини між рівноправними партнерами – комерційними банками різних видів і типів [2]. Для ефективної роботи банківської системи необхідно, щоб кожна її складова, тобто кожна банківська установа, на всіх її рівнях була ефективною.

Однією зі складових, що забезпечують ефективну діяльність банку є його обліково-інформаційна система. Важливу роль в ній відіграє бухгалтерський облік. Значних внесок у дослідження питань особливостей обліку в банках, приведення його у відповідність з міжнародними стандартами бухгалтерського обліку і фінансової звітності, обліку різних видів банківських операцій зробили ряд вітчизняних та зарубіжних вчених: Ф.Ф. Бутинець, О.В. Васюренко, Т.М. Вітлінський, А.М. Герасимович, О.В. Дзюблюк, О.В. Зіміна, В.М. Івахненко, Л.М. Кіндрацька, В.І. Колесников, І.М. Лазепко, Н.Б. Литвин, О.В. Маркус, А.М. Мороз, Г.С. Панов, О.В. Пернарівський, Я.І. Чайковский, М.І. Савлук, С.К. Соломин, Ханс-Ульріх Деріг, Ю. Зайтц, Ф. Котлер, З. де Куссерг, Д. Норкорт, М. Портер, Дж. Еванс та ін. Не дивлячись на широке охоплення вказаних питань науковцями, деякі аспекти основ обліку в банках потребують уточнення. Метою даного дослідження є уточнення теоретичних основ обліку в банках та його особливостей.

Українські банки організовують бухгалтерський облік згідно з Положенням «Про організацію бухгалтерського обліку в банках України» [3], що затверджене постановою НБУ. Це Положення розроблене на підставі Законів України «Про Національний банк України» [4], «Про банки і банківську діяльність» [5], «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [6] та основних принципів міжнародних стандартів фінансової звітності. З урахуванням того, що всі банки України повинні складати фінансову звітність за міжнародними стандартами, методологічні засади ведення бухгалтерського обліку регламентуються міжнародними стандартами бухгалтерського обліку і фінансової звітності. Можна відзначити, що національні положення (стандарты) бухгалтерського обліку також використовуються банками, але в частині, що не суперечить міжнародним стандартам.

Предметом бухгалтерського обліку банку є всі банківські операції, тобто його господарська діяльність, яка складається з операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Об'єктами бухгалтерського обліку банку є господарські засоби, джерела утворення господарських засобів, фінансово-господарські процеси.

Метою бухгалтерського обліку банку – є забезпечення користувачів повною, своєчасною, правдивою та неупередженою інформацією про фінансове положення, результати діяльності та рух грошових коштів банку, яка необхідна для прийняття рішень.

В Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [6] визначено основні принципи, на яких ґрунтується, у тому числі, і бухгалтерський облік і фінансова звітність банків: повне висвітлення, автономність, послідовність, безперервність, нарахування та відповідність доходів і витрат, привалювання сутності над формою, єдиний грошовий вимірник.

Бухгалтерському обліку в банках притаманні всі фундаментальні основи, що використовують у бухгалтерському обліку будь-яких галузей національної та міжнародної економіки [7]. Це, зокрема, елементи методу бухгалтерського обліку: документування та інвентаризація, оцінка, подвійний запис та система рахунків, балансове узагальнення та звітність.

Форми фінансової звітності банків та порядок їх подання затверджує НБУ на відміну від звітності інших установ і організацій Постановою Правління «Про затвердження Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України» [8]. Перелік форм фінансової звітності банків частково відрізняється від НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [9], який використовують підприємства і організації України, окрім банків. Фінансова звітність банків включає: Звіт про фінансовий стан (баланс); Звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід (Звіт про фінансові результати) або окремі звіти –

Звіт про прибутки і збитки та Звіт про сукупний дохід; Звіт про зміни у власному капіталі (Звіт про власний капітал); Звіт про рух грошових коштів за прямим або непрямим методом, примітки до форм фінансової звітності [8].

Щодо змісту форм фінансової звітності, то враховуючи специфіку діяльності банків, а саме: їх діяльність направлена на роботу з фінансовими ресурсами, зміст кардинально відрізняється від звичних форм фінансової звітності.

Особливу увагу при розгляді обліку у банках слід приділити системі рахунків банків. На формування системи рахунків банків також вплинула специфіка діяльності банків. План рахунків бухгалтерського обліку банків затверджений Постановою Правління НБУ «Про затвердження нормативно-правових актів Національного банку України з бухгалтерського обліку» [10]. Балансові рахунки в Плані рахунків банків України класифікуються за типами контрагентів, характером операцій і ступенем ліквідності активів і зобов'язань. План рахунків банків забезпечує мультивалютний облік операцій. Його суть полягає в обліку операцій в іноземній валюті за тими самими рахунками, що і операцій у гривні [10]. Ще однією особливістю Плану рахунків банків є те, що в ньому виділений окремий клас рахунків для цілей управлінського обліку. Отже, Плану рахунків банків структурований наступним чином:

- балансові рахунки: Клас 1. Казначейські та міжбанківські операції, Клас 2. Операції з клієнтами, Клас 3. Операції з цінними паперами та інші активи і зобов'язання, Клас 4. Фінансові та капітальні інвестиції, Клас 5. Капітал банку;
- рахунки обліку доходів і витрат: Клас 6. Доходи, Клас 7. Витрати;
- рахунки управлінського обліку: Клас 8. Управлінський облік;
- позабалансові рахунки: Клас 9. Позабалансові рахунки.

Кожен клас містить певні розділи і групи рахунків. У кожному класі можуть бути і активні, і пасивні, і контрактивні, і контрпасивні, а також активно-пасивні рахунки. Номер рахунка синтетичного обліку містить чотири цифри. Номери аналітичних рахунків можуть досягати дев'ятнадцяти цифр. Треба відзначити, що Постанова [10] містить також вимоги до формування номерів рахунків аналітичного обліку.

Отже, бухгалтерський облік в банках суворо регламентується, у тому числі і на аналітичному рівні, є досить складним та має низку особливостей.

Список використаних джерел:

1. Литвин Н. Б. Фінансовий облік у банках (у контексті МСФЗ) : підручник / Н. Б. Литвин. [2-ге вид., доп. і перероб.]. К. : Центр учбової літератури, 2017. 676 с.
2. Король Г. О. Облік у банках. Частина I : навч. посібник. / Г. О. Король, Ю. Т. Труш. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2013. 76 с.
3. Положення про організацію бухгалтерського обліку в банках України, затверджене постановою Правління НБУ від 04.07.2018 № 75 із змінами (Редакція від 28.09.2022) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0075500-18#Text> (дата звернення 15.11.2022 р.).
4. Закон України від 20/05/1999 № 679-XIV «Про Національний банк України» із змінами (Редакція від 16.09.2022) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/679-14> (дата звернення 15.11.2022 р.).
5. Закон України від 11.09.2017 № 2121-III «Про банки і банківську діяльність» із змінами (Редакція від 01.10.2022) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text> (дата звернення 15.11.2022 р.).
6. Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» із змінами (Редакція від 10.02.2022) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 15.11.2022 р.).
7. Маркус О. В. Бухгалтерський облік у комерційних банках : підручник / О. В. Маркус. Луцьк : П. П. Іванюк, 2019. 174 с.

8. Постанова Правління НБУ від 24.10.2011 № 373 «Про затвердження Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України» із змінами (Редакція від 13.05.2021) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11#Text> (дата звернення 15.11.2022 р.).

9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73 із змінами (Редакція від 10.08.2021) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення 15.11.2022 р.).

10. Постанова Правління НБУ від 11.09.2017 № 89 «Про затвердження нормативно-правових актів Національного банку України з бухгалтерського обліку» із змінами (Редакція від 30.01.2022) // Законодавство України [Електронний ресурс]. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0089500-17#n121> (дата звернення 15.11.2022 р.).

*Лавренюк Ю.С.,
магістрант кафедри обліку і оподаткування
julijalavrenjuk@ukr.net
Науковий керівник
Бобиль В. В., д.е.н., професор
професор кафедри обліку і оподаткування
Український державний університет науки і технологій
vladimirbobyly2@gmail.com*

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ

Основною метою кожного підприємства є насамперед отримання максимального прибутку при мінімальних витратах з одночасним підвищенням якості обслуговування споживачів, паралельно з цим, головною ж проблемою у системі бухгалтерського обліку є повнота та своєчасність відображення доходів та витрат в обліку. Таким чином розвиток і ефективність діяльності підприємств неможливі без вдосконалення системи управління доходами та витратами, адже витрати є основним фактором впливу на отримання доходу.

На сьогоднішній день, переважно більшість підприємств, установ, організацій відображають власні доходи та витрати неповністю. Це пов'язано з тим, що витрати важче приховати, оскільки їх легше проконтролювати, ніж доходи. Найбільший відсоток витрат, що залишається поза обліком, належить до витрат на оплату праці, з метою уникнення сплати податків. З метою детального відстеження витрат з оплати праці внутрішнім аудиторам варто проводити тести контролю заробітної плати.

Проблема матеріально-технічного й організаційного забезпечення полягає в тому, наскільки достатньо підприємство забезпечене сучасними матеріально-технічними засобами (комп'ютерною та іншою обчислювальною технікою, засобами комунікації) і який рівень організації та ефективності ведення первинного та зведеного обліку, внутрішнього контролю.

Внутрішнім контролем є комплекс заходів, що застосовуються керівником для забезпечення дотримання законності та ефективності використання коштів, досягнення результатів відповідно до встановленої мети, завдань, планів і вимог щодо діяльності підприємств.

Оскільки доходи та витрати – це основні показники діяльності, то для їх контролю та розподілу витрат і доходів між окремими підрозділами можна вирішити, якщо вдосконалити взаємозв'язок витрат і доходів з діями конкретних відповідальних осіб, тобто покращити ведення обліку за центрами відповідальності. Вдосконалення системи обліку за центрами відповідальності дозволяє розв'язати значну кількість проблем, що виникають у керівництва підприємства, а саме створює умови для формування необхідної звітності за потребами менеджерів всіх рівнів управління, крім цього збільшує обґрунтованість управлінських рішень, що приймають на кожному із рівнів.

Першочергового значення в управлінні й контролі витрат за центрами відповідальності набуває поділ витрат на контрольовані і неконтрольовані. На віднесення витрат до контрольованих чи неконтрольованих впливає низка факторів, серед яких можна назвати особливості технології та організації виробництва, характер оргструктури управління тощо.

Варто додати, що аналіз відхилень для підконтрольних позицій витрат слід здійснювати в цілому за такими напрямками:

- характер локалізації — місця виникнення, причини, винуватці;
- спосіб виявлення — за явними сигналами або розрахунковий;
- час виявлення — до початку виконання планового завдання, під час виконання, після виконання;
- ступінь впливу на витрати — збільшуючі, зменшуючі.

Поряд з функціями поточного регулювання контроль витрат створює необхідну інформаційну базу для оцінювання роботи окремих підрозділів і працівників. На підставі такої оцінки вибудовується система мотивації персоналу, а також обґрунтовуються і розробляються комплексні заходи щодо вдосконалення чинного механізму формування витрат.

Конкретне оцінювання діяльності підрозділів-центрів витрат доцільно здійснювати за допомогою таких відносних та абсолютних показників.

1. Витрати на одиницю продукції (калькуляційну одиницю). Цей показник у формі собівартості одиниці продукції об'єктивно відображає динаміку витрат, співвідношення їх планової і фактичної величин. Його перевагою є незалежність від структурних зрушень у номенклатурі продукції, недоліком — обмеженість конкретним продуктом.

2. Витрати на одиницю виміру обсягу продукції (одну гривню, одну нормо-годину). Цей показник є досить простим для обчислення на всіх рівнях управління. Проте певна штучність побудови, сильна залежність від змін у структурі продукції обмежують його потенціал, тому він застосовується рідко.

Названі два показники витрат є відносними, їх спільна перевага, притаманна всім відносним показникам, полягає у можливості безпосереднього порівняння фактичних і планових величин, без якихось коригувань.

3. Абсолютні показники витрат на основі кошторису. Серед переваг цього підходу можна назвати його простоту, прозорість, універсальність. Внаслідок цього він набув найбільшого поширення в оцінюванні роботи підрозділів. Дані кошторису виробництва дозволяють порівняти фактичні витрати з плановими, виявити відхилення за окремими видами витрат з наступним з'ясуванням їх причин [1].

Залежно від причин відхилення у запланованих показниках витрат поділяють на дві групи:

- відхилення у зв'язку з плануванням (помилки та прорахунки під час складання кошторисів);
- відхилення, що виникають у процесі виконання кошторису.

Безпосередньо контроль та оцінювання діяльності підрозділу-центру витрат виконується через складання звіту про витрати, який містить дані стосовно планових і фактичних витрат за звітний період, відхилень від кошторисних значень, що має доповнюватися поясненнями причин виявлених відхилень, а інколи — відомостями про вжиті заходи для запобігання подібних відхилень у майбутньому.

Функції обліку та контролю органічно пов'язані і виступають передумовою пошуку резервів зменшення витрат та стимулювання економії ресурсів. Доцільною є структуризація резервів зниження витрат за статтями калькуляції. Такий підхід дозволяє представити такі групи резервів (рис. 1).

<p>Сировина та матеріали</p> <ul style="list-style-type: none"> • збільшення виходу готової продукції з сировини та матеріалів; ⑩ оптимізація забезпечення виробництва напівфабрикатами з погляду їх власного виготовлення чи закупівлі зі сторони; ⑩ використання більш дешевих матеріалів належної якості; ⑩ продуктивне використання відходів виробництва. 	<p>Зарплата виробничих робітників</p> <ul style="list-style-type: none"> • впровадження обґрунтованих методів організації праці; • впровадження обґрунтованих норм виробітку, їх регулярний перегляд; • зниження трудомісткості продукції; • зниження втрат робочого часу.
<p>Резерви зниження витрат</p>	
<p>Паливо та енергія на технологічні цілі</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑩ вишукування більш дешевих видів палива; ⑩ впровадження енергозберігаючих технологій. 	<p>Загальновиробничі витрати</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑩ раціональне використання машин та устаткування; ⑩ механізація підсобних та допоміжних робіт; ⑩ оптимальне розташування робочих місць і їх груп.

Рисунок 1 – Резерви зниження витрат за статтями калькуляції на підприємстві

Ще однією важливою проблемою обліку доходів та витрат є забезпечення максимальної оперативності та достатньої аналітичності вихідної інформації про доходи та витрати підприємства, установи, організації. Інформація потрібна споживачу в певну мить для вирішення конкретного управлінського завдання. Якщо споживач інформації протягом короткого проміжку часу отримує необхідну йому інформацію у достатньому обсязі, який його цікавить, то проблеми забезпечення максимальної оперативності інформації для нього будуть вирішені. Для забезпечення достатньої аналітичності інформації їй потрібно завчасно перевірити щодо відповідності сучасним вимогам: порівнянності, однозначності тлумачення, достовірності, дохідливості й доречності. Це вимагає посилення ролі управлінського обліку і контролю. Вдосконалюючи систему управління, підприємства орієнтуються на досягнення головної мети – отримання оптимального прибутку, а також на вирішення конкретних оперативних, поточних та стратегічних задач [2].

Наступною проблемою обліку витрат та доходів підприємства є проблема створення єдиної інформаційної загальнодержавної бази норм і нормативів для обліку та контролю за витратами підприємства, установи, організації тощо.

Ще однією важливою проблемою обліку витрат і доходів підприємства є проблема встановлення оптимального співвідношення обсягів автоматизованих і неавтоматизованих обліково-контрольних робіт та визначення їхньої ролі у скороченні необґрунтованих витрат й зростанні поточних доходів підприємства.

Отож, враховуючи вище наведені проблеми щодо управлінського обліку доходів і витрат, до основних напрямків удосконалення на рівні підприємства можна віднести такі, як:

- вдосконалення системи обліку за центрами відповідальності;
- складання звіту про витрати, який містить дані стосовно планових і фактичних витрат за звітний період, відхилень від кошторисних значень, що має доповнюватися поясненнями причин виявлених відхилень, а інколи — відомостями про вжиті заходи для запобігання подібних відхилень у майбутньому;
- структуризація резервів зниження витрат за статтями калькуляції;
- налагодження швидкого реагування керівників різних підрозділів на запити управління та забезпечення максимальної оперативності та достатньої аналітичності вихідної інформації про доходи та витрати підприємства;
- економне використання сировини, матеріалів, палива, енергії та інших ресурсів підприємства;
- забезпечення повноцінного використання виробничих потужностей підприємства, що сприятиме зниженню цін на продукцію, роботи, послуги;

- детальне вивчення ринку збуту та реалізація продукції на зовнішньому ринку держави;
- покращення використання основних засобів, зменшення норми витрат сировини;
- систематизація та правильний аналіз інформації про доходи та витрати підприємства;
- забезпечення підприємства у достатньому обсязі матеріально-технічними засоби з метою покращення ведення обліку тощо.

На рівні держави, створити єдину інформаційну загальнодержавну базу норм і нормативів для обліку та контролю за витратами підприємства. Крім цього, варто удосконалити систему оподаткування, в першу чергу, з метою уникнення «тіньової зарплати» та таким чином «тіньової економіки».

Список використаної літератури

1. Види та методи контролю витрат [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://stbou.v.wordpress.com/>.
2. Лондар С.Л., Тимошенко О.В. Фінанси: навч. посібн. Вінниця, 2009. 334 с.

*Профатілова А.В., магістрант
к.е.н, доцент Польова Т.В.*

*Українська інженерно-педагогічна академія
fsil@ukr.net*

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЇ

Організація облікового процесу з використанням комп'ютерних технологій відповідає сучасним формам управління і спрямована на зниження трудомісткості облікових робіт з одночасним збільшенням достовірності та оперативності інформації для потреб управління.

Досліджуване підприємство ТОВ «Еколіс Харків» здійснює облік грошових коштів у системі «1С: Бухгалтерія 8.8». Для відображення фактів отримання грошей від покупців та сплати постачальникам необхідно заповнити список контрагентів, за якими здійснюється рух коштів. Для реєстрації виручки необхідний перелік пунктів оптового та роздрібного продажу.

Організація обліку операцій з банківськими розрахунками у програмі передбачає підготовку платіжних документів для банку, введення інформації за банківськими рахункам.

Для виписування платіжних доручень призначений документ «Платіжне доручення» (рис. 1). Рахунок, з якого виконуватиметься оплата, обирають, задаючи відповідне значення реквізиту «Розрахунковий рахунок». Для оформлення платіжного доручення на сплату податків чи інших обов'язкових платежів треба обрати прапорець «Оплата податку/відрахування» і обрати для реквізиту «Вид податку» (довідник «Податки і відрахування») відповідний вид [1]. Значення реквізиту «Контрагент» обирають з однойменного довідника – це назва організації, якій буде перераховано гроші, а в реквізиті «Р/Рахунок» задають рахунок клієнта. У випадку оплати постачальникам або повернення грошей покупцям використовують журнал «Відбір замовлень для конкретного клієнта». Заповнюючи призначення платежу, можна скористатися списком його типових значень з довідника «Призначення платежів».

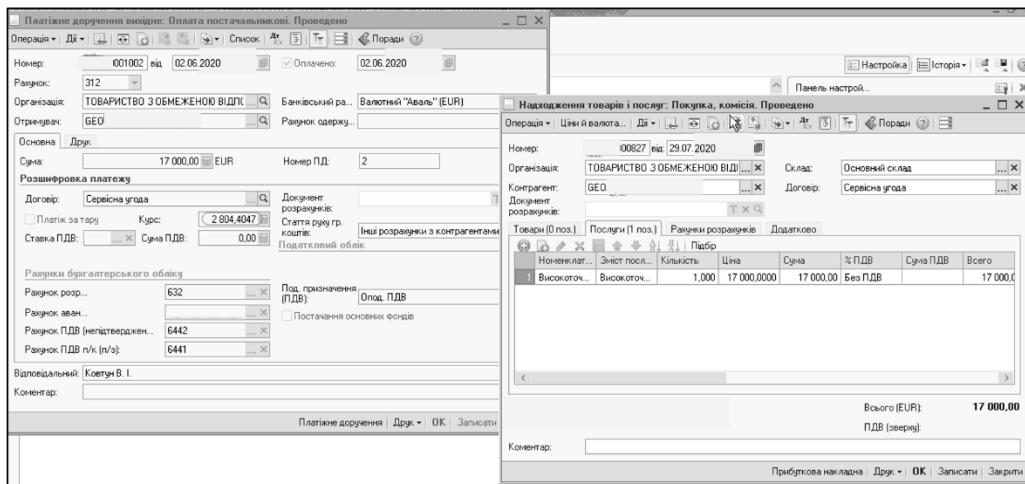


Рис. 1. Документ «Платіжне доручення вихідне: Оплата постачальнику»

Для відображення в бухгалтерському обліку руху коштів на банківських рахунках ТОВ «Еколіс Харків» у програмі «1С: Бухгалтерія» призначено документ «Виписка банку» (рис. 2). Дані в документ вносять на підставі отриманої інформації про фактичний рух коштів на банківському рахунку. Типова конфігурація потребує ведення окремих банківських виписок на різних рахунках підприємства.

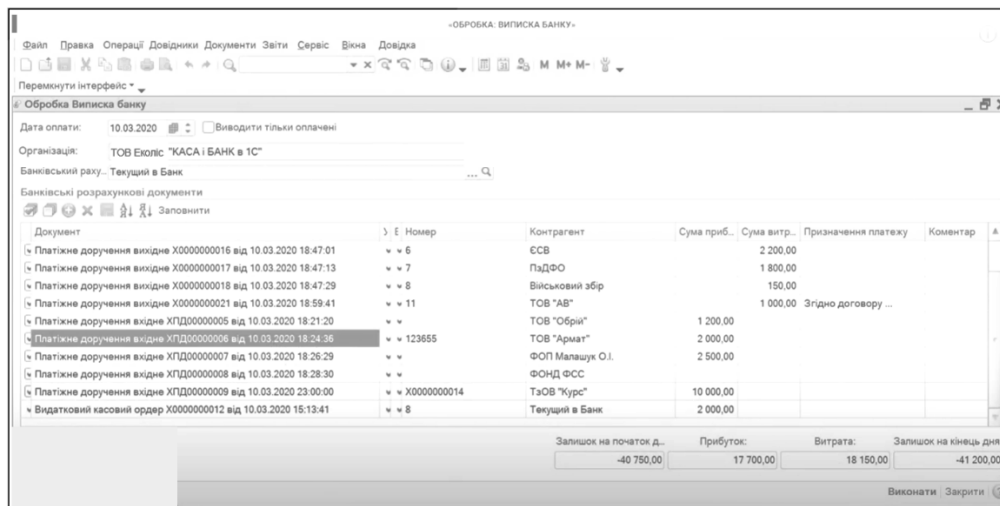


Рис. 2. Документ «Виписка банку»

Для реквізиту «Розрахунковий рахунок» треба задати значення відповідно до банківського рахунка, за яким виконують операції, обравши його з довідника «Рахунки нашої фірми». Табличну частину документа потрібно заповнювати у наступній послідовності:

- задати ознаку надходжень «+» (надходження коштів на рахунок) або видатків «-» (списання коштів з рахунку);
- обрати відповідний вид надходжень (видатку коштів) із запропонованого списку в графі «Вид прибутку/видатку»;
- ввести рахунок, який буде в кореспонденції з відповідним субрахунком рахунка 31;
- визначити вид ПДВ, обравши значення із запропонованого списку;
- у разі потреби обрати об'єкт аналітичного обліку (значення субконто) відповідного рахунку;
- якщо платіж стосується взаєморозрахунків з контрагентами (покупцями, постачальниками), вказати замовлення, для якого виконується операція. Додаткові зручності під час заповнення даних щодо взаєморозрахунків надає кнопка «Підбір за замовленнями».

Вона відкриває спеціальний «Відбір замовлень контрагента», який забезпечує низку додаткових можливостей. По-перше, щодо всіх замовлень буде відображене їх поточне сальдо. По-друге, у цьому журналі можна відібрати замовлення клієнта;

–вести суму з ПДВ і ПДВ платежу;

–ввести для операції пояснювальну інформацію, що буде виводитися як текстовий коментар до сформованих за цим рядком кореспонденцій [1].

Під час проведення виписки може автоматично формуватися податкова накладна (якщо константа «Автоматичне створення податкових накладних» має значення «Так»).

Підсумкову та детальну інформацію про рух коштів на рахунку у банках можна отримати за допомогою стандартних звітів. Дані про залишки на початок, оборот за період і залишки на кінець періоду за всіма банківськими рахунками надає стандартний звіт «Оборотно-сальдова відомість за рахунком». У діалоговому вікні налаштування параметрів звіту треба задати період звітності, рахунок 31.1, а «Вид субконто» 1 – «Наші грошові рахунки». Стандартний звіт «Аналіз рахунка» містить зведені обороти рахунка 31 з іншими рахунками за звітний період. Звіт «Картка рахунка» дає змогу отримати детальну інформацію про рух коштів на банківських рахунках.

У типовій конфігурації програми «1С: Бухгалтерія» передбачено роботу з прибутковими і видатковими касовими ордерами, на підставі яких формують Касову книгу. Всі касові документи, за допомогою яких ведуть облік руху коштів у касі, відображені в журналі «Каса».

Для проведення прибуткових касових операцій призначений документ «Прибутковий касовий ордер» (рис. 3).

N	Договір	Сума	ПДВ	Розрахунок	Рахунки ПДВ	Тара
1	Основний договір	6 000,00	20%	3771	6432	
				1 000,00	3771	6431
		6 000,00		1 000,00		

Рис. 3. Документ «Прибутковий касовий ордер»

Усі реквізити у діалоговому вікні документа «Прибутковий касовий ордер» розділені на декілька груп. У групі «Каса» потрібно обрати касу з довідника «Рахунки нашої фірми і черговий номер прибуткового ордера». Програма нумерує документи автоматично. Кнопка «?» дає змогу переглянути в інформаційному рядку поточний залишок грошей. В групі «Аналітика», перша подія містить реквізити для вибору відповідного бухгалтерського рахунка, аналітики за ним і аналітики за ПДВ. Значення реквізиту «Субконто» обирають з довідника, проте залежно від типу операції, вибір відбувається або з довідника «Співробітники» (у випадку внесення грошей підзвітною особою), або з довідника «Рахунки нашої фірми» (у випадку одержання грошей з банку), або з довідника «Контрагенти».

У діалоговому вікні введення документа є ще декілька реквізитів, які використовують для підготовки друкованої форми прибуткового касового ордера – «Підстава», «Додаток», «За документом» і «Касир».

Видаткові операції з готівкою виконують за допомогою документа «Видатковий касовий ордер». Для відображення списання готівкових коштів передбачено наступні види операцій: сплата постачальнику, повернення грошових коштів покупцю, видача грошових

коштів під звіт, видача зарплати за відомістю, внесок готівкою до банку, розрахунки за кредитами та позиками з контрагентами, інкасація грошових коштів, інше витрачання грошових коштів.

Звіти про касові операції формуються звітом «Касова книга». Спеціалізований звіт складають на підставі введених у журналах «Каса» прибуткових і видаткових касових ордерів. Для формування цього звіту треба обрати з довідника «Рахунки нашої фірми» касу.

Готовий звіт дає інформацію про залишки у касі підприємства ТОВ «Еколіс Харків» на початок періоду, інформацію про всі проведення на рахунку 30, а також підсумкові обороти і залишки на кінець звітної періоду. Для звіту «Касова книга» також характерна деталізація інформації. Коли курсор має вигляд збільшувачого скла, то, натиснувши клавішу Enter, можна отримати на екрані відповідну операцію для перегляду і редагування.

Інформацію про касу підприємства ТОВ «Еколіс Харків» можна також отримати з використанням стандартних звітів. Наприклад, «Оборотно-сальдова відомість» дає змогу одержати оперативну інформацію про залишки готівки. Звіт «Аналіз рахунка» відображає зведені обороти рахунка 30 з іншими рахунками за звітний період.

Отже, організація обліку грошових коштів засобами комп'ютеризації дозволяє оперативно відображати стан і рух грошових коштів для прийняття рішень щодо оптимізації грошових потоків підприємства.

Список використаної літератури

1. Власенко Л., Сараєва Г. 1С: Бухгалтерія 8.2. : практичний посібник / Л. Власенко, Г. Сараєва. – Харків : Фактор, 2016. – 532 с.

*Сергієва К. Д.,
магістрант кафедри обліку і оподаткування
oblikdiit@gmail.com*

*Науковий керівник
Бобиль В. В., д.е.н., професор
професор кафедри обліку і оподаткування
Український державний університет науки і технологій
vladimirboby12@gmail.com*

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентні позиції підприємства на ринку значною мірою визначаються ефективністю управління оборотним капіталом кожного господарюючого суб'єкта. Поширення бартерних угод, прямого товарного обміну, зростання дебіторської та кредиторської заборгованості, загроза банкрутства є наслідками гострої нестачі оборотного капіталу та неефективного його використання. Своєю чергою, це призводить до звуження асортименту й обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та негативно впливає на досягнення підприємствами своїх цілей. У цих умовах необхідний пошук нових підходів до управління оборотним капіталом організацій.

На кожному конкретному підприємстві величина оборотних активів, їх склад та структура залежать від багатьох факторів виробничого, організаційного та економічного характеру. Ефективне використання оборотного капіталу грає велику роль в забезпеченні роботи підприємства. За низького рівня оборотного капіталу виробнича діяльність не підтримується належним чином, звідси – можлива втрата ліквідності, періодичні збої у роботі та низький прибуток. При певному оптимальному рівні оборотного капіталу прибуток стає максимальним. Подальше підвищення величини оборотних активів призведе до того, що підприємство матиме тимчасово вільні, бездіяльні поточні активи, а також зайві витрати фінансування, що спричинить зниження прибутку [1].

Оборотний капітал як мінімум одноразово обертається протягом року чи одного виробничого циклу, якщо останній перевищує рік. Під «оборотністю капіталу» в даному випадку мається на увазі трансформація фінансових ресурсів, що відбувається на підприємстві циклічно. Операційний цикл являє собою період повного обороту всієї суми оборотного капіталу, в процесі якого відбувається зміна окремих його видів.

Рух оборотних активів в процесі операційного циклу проходить чотири основні стадії, послідовно змінюючи свої форми. На першій стадії кошти (включаючи їх субститути у вигляді короткострокових фінансових інвестицій) для придбання вхідних матеріальних запасів. На другій стадії вхідні виробничі запаси у результаті безпосередньої виробничої діяльності перетворюються на запаси готової продукції. На третій стадії запаси готової продукції реалізуються споживачам і до їх оплати перетворюються на дебіторську заборгованість. На четвертій стадії інкасована, тобто оплачена дебіторська заборгованість знову перетворюється на кошти, частина яких до їхнього виробничого запиту може зберігатися у формі високоліквідних короткострокових фінансових інвестицій [4].

Найважливішою характеристикою операційного (комерційного) циклу, яка суттєво впливає на обсяг, структуру та ефективність використання оборотного капіталу, є його тривалість. Вона включає період від моменту витрачання організацією коштів на придбання вхідних запасів матеріального оборотного капіталу до надходження грошей від дебіторів за реалізовану ним продукцію [5].

Оскільки фінансовий стан підприємств знаходиться у прямій залежності від стану оборотних активів та передбачає порівняння витрат з результатами господарської діяльності та відшкодування витрат власними коштами, підприємства зацікавлені в раціональній організації управління оборотними активами – організацій їх руху з мінімально можливою сумою для отримання найбільшого економічного ефекту. Рівень ефективності використання загальної величини оборотних активів та окремих їх видів характеризується системою вартісних та натуральних, якісних та кількісних показників.

Управління оборотним капіталом підприємства є пріоритетним напрямом здійснення господарської діяльності, за рахунок зменшення витрат у виробничому процесі та зниження потреб фінансування. Оборотний капітал підприємства забезпечує безперервність господарської діяльності і формує значну частину всіх активів. Структура оборотних активів, їх склад та джерела багато в чому визначають фінансову стійкість підприємства та здійснюють суттєвий вплив на ефективність господарської діяльності [6].

Основними проблемами управління оборотним капіталом підприємства є:

- відсутність власного оборотного капіталу на підприємстві, значна частка залучених джерел фінансування;
- проблеми в плануванні величини оборотного капіталу;
- зниження оборотності запасів в операційному циклі;
- зростання короткострокових зобов'язань внаслідок нестачі власних оборотного капіталу та залучення короткострокових кредитів.

Як наслідок цих проблем можна виділити зниження рівня діяльності підприємства, що може призвести до значного зменшення ліквідності та фінансової стійкості, і як наслідок до скорочення отриманого прибутку від реалізації [1, с. 255].

Управління оборотним капіталом потребує комплексного системного підходу. В першу чергу, в його основі повинна лежати система управління всіма його елементами, які включають:

- визначення цілей та завдань управління оборотним капіталом підприємства;
- аналіз оборотного капіталу та показників, що характеризують ефективність його використання;
- визначення та оцінка факторів, що впливають на оборотний капітал підприємства;
- формування джерел інформації, необхідної для аналізу, управління та прогнозування;
- використання методів управління оборотним капіталом підприємства.

Управління оборотним капіталом підприємства передбачає послідовне виконання певних процедур. Насамперед проводиться комплексний аналіз оборотних активів. Метою аналізу є виявлення тенденцій динаміки складу та обсягу оборотних активів, а також детальне вивчення ефективності їх використання. На першому етапі аналізу вивчається динаміка загального обсягу оборотних активів підприємства.

На другому етапі розглядається динаміка складу оборотних активів підприємства з урахуванням наступних складових:

- Активи, авансовані запаси;
- активи, перетворені на дебіторську заборгованість;
- грошові кошти.

Третій етап аналізу передбачає оцінку ефективності використання оборотних активів підприємства. Дана оцінка ефективності включає три найважливіших показники: коефіцієнт оборотності оборотних активів, період обороту оборотних активів; рівень рентабельності оборотних активів [3, с. 125].

Після проведення необхідного аналізу розглядаються варіанти оптимізації структури оборотних активів. Процес оптимізації оборотних активів включає два етапи:

- розрахунок нормативів різних видів оборотних активів, авансованих у виробничі запаси, активів, перетворюваних на дебіторську заборгованість та навіть активів у вигляді залишків грошових коштів;
- оцінка елементів оборотних активів з позиції ліквідності.

Наступний етап управління оборотними активами зводиться до забезпечення прискорення оборотності оборотних активів. Прискорення оборотності дозволяє суттєво знизити потребу в оборотних активах, оскільки між інтенсивністю обороту та величиною оборотного капіталу існує обернено пропорційний зв'язок.

П'ятий етап полягає у забезпеченні оптимально високої рентабельності оборотних активів. На завершальному етапі проводиться забезпечення мінімізації ризиків та втрат активів у процесі їх використання. Управління оборотними активами має бути спрямоване на мінімізацію ризиків, що виникають у процесі діяльності, та впливають на реалізацію готової продукції (товарів, робіт, послуг) [1, с. 128].

Стратегія та тактика управління оборотним капіталом підприємства повинна забезпечувати компромісні рішення між ризиком втрати ліквідності та ефективністю діяльності суб'єкта господарювання. Для цього потрібно вирішення двох необхідних завдань:

- 1) забезпечення платоспроможності підприємства, тобто можливості організації оплачувати рахунки, виконувати зобов'язання, запобігати загрозам банкрутства;
- 2) забезпечення прийнятної обсягу, структури та рентабельності оборотних активів.

При цьому різні елементи оборотного капіталу по-різному впливають на прибуток підприємства. Високий рівень виробничо-матеріальних запасів потребує значних витрат, а широкий асортимент готової продукції сприяє збільшенню обсягів реалізації та доходів. Кожне прийняте рішення, пов'язане з визначенням обсягів грошових коштів, дебіторської заборгованості та виробничих запасів, має бути обґрунтовано з позиції рентабельності цього виду оборотних активів та оптимізації структури оборотного капіталу загалом [7].

Таким чином, неправильно обрана політика управління оборотним капіталом підприємства може призвести до серйозних фінансових наслідків. Оптимальне управління оборотними активами підприємства сприяє покращенню ефективності його господарської діяльності, підвищенню фінансової стійкості та ліквідності.

Список використаної літератури

1. Бланк І. А. Управління активами. Київ: «Ніка-Центр», 2000. 720 с.
2. Бобиль В. В., Пікуліна О. В., Мовчан М. І. Сучасні методи аналізу та управління виробничими запасами. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*: Науковий журнал. 2021. № 3 (112). С. 304-310.
3. Бригхем Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. 10-е изд. / Пер. с англ., под ред.

к.э.н. Е. А. Дорофеева. СПб.: Питер, 2009. 960 с.

4. Дядюк М. А., Васильєва В. В. Оборотні активи як об'єкт управління у процесі розробки та прийняття господарських рішень. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 1(1). С. 263-271.

5. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності: наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. Дата оновлення 09.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.

6. Топоркова О. А., Савчук Л. М., Сокиринська І. Г. Управління запасами та організація їх обліку на залізничному транспорті. *Економічний вісник Національного гірничого університету*: науковий журнал. Дніпропетровськ, 2016. № 3 (55). С. 100-107.

7. Фінансовий менеджмент: підручник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 440 с.

*Смолянська А. О., здобувач вищої освіти
за другим (магістерським) рівнем*

*Топоркова О. А., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування*

*Український державний університет науки і технологій
toporkova1975@gmail.com*

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ: ОПОДАТКУВАННЯ ТА ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ ПЕРЕВІРОК В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Фінансовий результат завжди є основним індикатором результативності діяльності суб'єкта господарювання. Фінансовий результат визначається за кожним видом діяльності підприємства з періодичністю, встановленою обліковою політикою (місяць, квартал, рік).

Податок на прибуток розраховується з суми позитивного фінансового результату діяльності підприємства. Фінансовий результат до оподаткування визначається за правилами бухгалтерського обліку, а джерелом для розрахунку та заповнення декларації є Звіт про фінансові результати у тих платників, які ведуть облік за національними стандартами, або Звіт про прибутки та збитки у тих суб'єктів, які ведуть облік за МСФЗ.

Платників податку на прибуток можна поділити на дві групи:

- перша – не застосовує корегувань і розраховує суму податку в «чистому» вигляді з урахуванням усіх доходів і витрат. У таких підприємств сума нарахованого податку на прибуток у бухгалтерському та податковому обліку буде однаковою і буде списана на фінансовий результат проводкою: дт 791 (792, 793) (залежно від виду діяльності) – кт 98 «Податок на прибуток»;

- друга – застосовує податкові різниці, на які корегується фінансовий результат (різниці можуть бути як збільшувочими, так і зменшувочими). У таких платників деякі доходи і витрати можуть не враховуватися при визначенні фінансового результату. Такі підприємства податок на прибуток будуть відображати на рахунку 98 з урахуванням положень НП(с)БО 17 «Податок на прибуток» або МСБО 12 «Податки на прибуток». Також, на кінець року мають бути розраховані відстрочені податкові активи (рахунок 17) або відстрочені податкові зобов'язання (рахунок 54), які в підсумку закриваються на рахунок 98. А остаточна сума податку на прибуток також відображається проводкою: дт 791 (792, 793) (залежно від виду діяльності) – кт 98 «Податок на прибуток».

Об'єктом оподаткування податком на прибуток крім позитивного фінансового результату, може бути також:

- дохід виплачений нерезиденту – на його основі сплачується податок на репатріацію;
- прибуток нерезидентів по окремих операціях – це додатний фінансовий результат (доходи за мінусом витрат), але не від усієї діяльності, а від окремої операції або ж уся сума операції (дохід), якщо нерезидент не може документально підтвердити свої витрати;

- дохід резидентів від певних видів страхової діяльності, букмекерської діяльності, проведення лотерей та азартних ігор (див. вище про ставки податку на прибуток) [1].

Під час перевірки правильності нарахування та сплати податку на прибуток головним методичним прийомом, який застосовується податківцями є зіставлення показників декларації з податку на прибуток і показників Звіту про фінансові результати платника.

Воєнний стан вніс певні корегування в порядок здійснення перевірок контролюючими органами. На період до припинення або скасування воєнного стану на території України дозволено проводити: будь-які камеральні перевірки; деякі види документальних позапланових перевірок; фактичні перевірки [2].

Відповідно до Податкового Кодексу України – камеральна перевірка проводиться посадовими особами контролюючого органу без будь-якого спеціального рішення керівника такого органу або направлення на її проведення. Камеральній перевірці підлягає вся податкова звітність суцільним порядком. Згода платника податків на перевірку та його присутність під час проведення камеральної перевірки не обов'язкова [3].

Таким чином, заборони на проведення камеральної перевірки поданої суб'єктом господарювання податкової звітності на період дії воєнного стану – немає.

Отже, контролюючі органи, керуючись нормами закону 2260 [4] мають повне право здійснювати камеральні перевірки, зокрема, в частині правильності нарахування та сплати податку на прибуток. При цьому здійснюється:

- перевірка правильності та повноти визначення фінансового результату до оподаткування за правилами бухгалтерського обліку відповідно до НП(С)БО або МСФЗ;
- перевірка достовірності, повноти нарахування та сплати податку на прибуток, а також правомірності визначення сум від'ємного значення об'єкта обкладення податком на прибуток.

Камеральна перевірка проводиться на підставі тієї інформації про платника податків та його фінансово-господарської діяльності, яка вже є в інформаційних базах даних контролюючих органів, а також раніше виявлена в процесі здійснення податкового контролю та в ході виконання інших покладених на контролюючі органи функцій і завдань. Така інформація може бути отримана як із внутрішніх, так і із зовнішніх джерел.

Зокрема, на підставі зазначеної інформації вивчаються: показники поданих платником декларацій і фінансової звітності на предмет узгодженості їх показників, структури та динаміки кожної складової таких показників у розрізі рядків і періодів, які перевірялися; динаміка та рівень сплати податку.

У результаті камеральної перевірки контролюючий орган розраховує виявити, наприклад, такі ризики в оподаткуванні прибутку [5]:

- заниження доходів/завищення витрат у бухгалтерському обліку та, як результат, заниження фінансового результату до оподаткування, відображеного в декларації;
- заниження показника доходів від будь-якого виду діяльності, визначеного за правилами бухгалтерського обліку (ряд. 01 декларації), що призводить до непроведення корегувань фінансового результату до оподаткування на різниці, передбачені ПКУ;
- неправильне відображення амортизаційних відрахувань і відповідних податкових різниць та виправлення показників фінансової звітності без відповідного корегування даних декларації та додатків до неї;
- неправильне перенесення податкових збитків минулих періодів тощо.

Таким чином, знаючи «контрольні точки», на які звертають увагу податківці, суб'єкти господарювання мають особливо відповідально ставитися до визначення фінансового результату і узгодження показників фінансової звітності з декларацією з податку на прибуток.

Список використаної літератури

1. Податок на прибуток 2022. URL: <https://buhplatforma.com.ua/article/7206-platnik-podatku-na-pributok-na-zagalnih-pdstavah>

2. Податкові перевірки під час війни. Бути чи не бути? *Фінансовий директор компанії*. № 6. 2022. URL: <https://cutt.ly/7MНnUUe>

3. Податковий Кодекс України (в редакції від 28.10.2022, підстава 2643-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17?find=1&text=78.1.7#Text>

4. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей податкового адміністрування податків, зборів та єдиного внеску під час дії воєнного, надзвичайного стану. Закон України від 12.05.2022 № 2260-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2260-20#Text>

5. Що треба знати підприємству про податковий підхід до перевірки оподаткування прибутку. URL: <https://balance.ua/news/post/chto-nado-znat-predpriyatiyu-o-nalogovom-podxode-k-proverke-nalogooblozheniya-pribyli>

*Хобот А.П., магістрантка
annahobot29@gmail.com*

Ігнашкіна Т.Б., к.е.н., доцент

Український державний університет науки і технологій

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ

У сучасних реаліях світового ринку питання інвестицій є одним з найбільш актуальних в економіці. Геополітичне становище України ставить підприємства в жорсткі умови, які потребують активного використання інвестиційних ресурсів та їх залучення, що підтверджує актуальність досліджуваної теми.

Поняття «інвестиційна привабливість підприємства» може по-різному трактуватись різними науковцями, але у своїй сутності вони не мають принципових відмінностей. Так, наприклад, Гуткевич С.О. розглядає поняття інвестиційної привабливості як узагальнюючу характеристику переваг і недоліків інвестування окремих напрямів та об'єктів із позиції конкретного інвестора [1]. Лайко Г.П. під інвестиційною привабливістю об'єктів господарювання розуміє сукупність виробничо-фінансових кількісних та якісних умов та критеріїв, які характеризують їхні потенційні можливості та економічні переваги порівняно з іншими об'єктами інвестування [2].

Аналізом методів оцінки інвестиційної привабливості присвячено багато робіт науковців, серед яких слід виділити праці Тридід О.М., Орехові К.В., Овдій Л.І., Некрасової Я.А., Коверга С.В., Курган О.Г., Стеблюк Н.Ф., Опаренко В.В., Скриньковський Р.М. та Власюк Т.М., Хобта В.М., Балацький О.С. Розглянемо декілька авторських позицій, хоча, зрозуміло, що ними не обмежується коло наукових думок з цього питання.

Тридід О.М. та Орехова К.В. [3] запропонували методику, засновану на основі визначення інтегрального показника, яка передбачає розрахунок показників фінансового стану підприємства та прийнятті для них коефіцієнтів вагомості за методом аналізу ієрархій.

Також на основі інтегрального показника пропонують аналізувати інвестиційну привабливість вчені Овдій Л.І. та Некрасова Я.А. [4]. Спираючись на модель діагностики банкрутства за Альтманом, була запропонована формула на основі фінансової звітності підприємства (форми №1 та №2).

Коверга С.В. та Курган О.Г. [5] вважають доцільним визначення рівня інвестиційної привабливості завдяки відповідному рейтингу, створеному на основі економіко-математичної моделі. Авторами запропоновано визначення коефіцієнта інвестиційної привабливості шляхом аналізу двох груп фінансових показників – ефективності діяльності підприємства та вірогідності отримання прибутку. Також в роботі визначені величини вагомості досліджуваних коефіцієнтів та рейтинг груп за запропонованою моделлю.

Вченими Стеблюк Н.Ф. та Опаренко В.В. [6] досліджено матричний метод оцінки на основі кількісних показників фінансового стану підприємства та якісних показників його

діяльності. За думкою авторів визначені показники необхідно відповідно відобразити у вигляді матриці та на основі суми її елементів здійснювати оцінку рівня інвестиційної привабливості підприємства.

Скриньковський Р.М. [7] у своїй роботі запропонував методичний підхід оцінки на основі системи «інвестор – реципієнт», яка складається з 3 етапів оцінювання, враховуючи поточні та майбутні фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. Поетапно система передбачає аналіз сучасного стану інвестиційної привабливості підприємств у галузі регіону, оцінка фінансового стану обраного інвестором підприємства, розрахунок інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства на основі отриманих даних.

Також на основі інтегральної оцінки Власюк Т.М. [8] описано територіально-галузевий підхід, який полягає в дослідженні інвестиційної привабливості підприємства в поєднанні з дослідженням інвестиційної привабливості регіону, галузі.

Хобта В.М. та Балацький О.С. [9] розглядають визначення інвестиційної привабливості підприємства, виконуючи розрахунок показників його фінансового та майнового стану та беручи до уваги граничні значення показників. Отримані значення коефіцієнтів пропонується наносити на пелюсткову діаграму, де зображено багатокутник на основі граничних показників, та на основі цього здійснювати висновки щодо рівня інвестиційної привабливості підприємства.

Окрім наведених, в науковій літературі можна зустріти й інші підходи, зокрема, визначення інвестиційної привабливості за рівнем котирування акцій акціонерних компаній на фондовій біржі. При зростанні вартості акцій зростає й інвестиційна привабливість підприємства. Але, по-перше, цей підхід прийнятний лише для оцінювання інвестиційної привабливості акціонерних товариств; по-друге, за відсутності розвинутого фондового ринку в Україні використання його є обмеженим.

Узагальнюючи, можемо сказати, найбільш розповсюдженою серед українських вчених є точка зору, згідно з якою оцінку інвестиційної привабливості підприємства пропонується здійснювати на основі інтегрування різних показників в один узагальнюючий. У складі ж показників часто превалюють фінансові коефіцієнти. Але при цьому різні науковці по-різному пропонують вирішувати окремі методичні питання, таких як типологія складових інвестиційної привабливості, склад часткових показників, визначення їх вагомості, вибір формули згортки тощо.

Напрямом подальших досліджень автора є оцінювання та аналіз інвестиційної привабливості конкретного промислового підприємства за різними методичними підходами.

Список використаної літератури

1. Гуткевич С. А. Управление инвестиционным процессом в аграрной сфере. К. : ИАЭ УААН, 2000. 267 с.
2. Лайко Г. П. Формування інвестиційної привабливості підприємств АПК. К. ННЦ ІАЕ, 2005. 200 с.
3. Тридід О. М., Орехова К. В. Методичний підхід до оцінювання інвестиційної привабливості підприємства. *Наука й економіка*. 2009. № 3 (15). Т. 2. С. 79-87.
4. Овдій Л. І., Некрасова Я. А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства за допомогою статистичних моделей. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. Т. 2. № 4. С. 184-188.
5. Корверга С. В., Курган О. Г. Оцінка інвестиційної привабливості машинобудівних підприємств. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2009. №3. С. 74-80.
6. Стеблюк Н. Ф., Опаренко В. В. Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 2 (37). С. 176-178.
7. Скриньковський Р. М. Методичний підхід до економічного оцінювання інвестиційної привабливості підприємств машинобудування. *Регіональна економіка*. 2008. № 4. С. 185-192.

8. Власюк Т. М. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств легкої промисловості (територіально-галузевий підхід) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.07.01; Київський нац. ун-т технологій та дизайну МОН України. К., 2006. 17 с.

9. Хобта В. М., Балацький О. С. Економічні аспекти оцінки та підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». 2012. №7. С. 82-87.

Щогла В.О.,
магістрантка групи ОА01-17м
науковий керівник – к.т.н., доцент Зелікман В.Д.
Український державний університет науки і технологій
gievaleria18@gmail.com

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Однією з найбільш важливих ділянок обліку на вітчизняних підприємствах є облік дебіторської заборгованості. Найчастіше проблема з дебіторською заборгованістю виникають через недостатній рівень контролю за станом розрахунків з дебіторами, завданням якого є недопущення прострочення термінів платежу та уникнення перетворення сумнівної заборгованості у безнадійну. Контроль за відстеженням термінів погашення заборгованості реалізується завдяки веденню документів аналітичного обліку. Ці документи нормативно не регламентовані [1], тому підприємство має право на самостійну розробку їх форм та визначення їх змісту.

Таким чином, система обліку дебіторської заборгованості має забезпечити надійний контроль за виникненням та своєчасністю погашення заборгованості. Зокрема, перед бухгалтерами-практиками постає завдання розробки реєстрів аналітичного обліку з урахуванням специфіки діяльності певного підприємства і технології обробки облікової інформації, що застосовується, а також визначення способу реєстрації та узагальнення інформації в цих реєстрах з дотриманням встановлених норм та правил при їх складанні [2]. Облікові відомості мають відображати дані про дебіторську заборгованість підприємства з таким рівнем повноти, своєчасності та надійності наведеної інформації щодо розрахункових угод, який дозволяв би запобігати ухваленню керівництвом підприємства нераціональних або неправомірних рішень. Впровадження ефективних заходів з обліку дебіторської заборгованості може знизити залежність від позикових коштів без глобальних і витратних перетворень у фінансовій діяльності підприємства. Впровадження ефективної системи обліку дебіторської заборгованості дозволяє оптимізувати необхідну суму грошових коштів та підвищити результативність діяльності підприємств, призводить до зміцнення його фінансового стану та зниженню ймовірності банкрутства.

Аналіз наукових досліджень [3, 4] показав, що рекомендовані до використання облікові реєстри аналітичного обліку не передбачають накопичення достатньо повної інформації про стан розрахунків підприємства з дебіторами. Відсутність, з одного боку, достатнього рівня деталізації та, з іншого боку, належного узагальнення даних унеможливує отримання керівництвом підприємств релевантної інформації про дебіторську заборгованість, необхідної для здійснення функцій управління, у першу чергу – для проведення аналізу розрахунків з дебіторами, зокрема, аналізу сум дебіторської заборгованості в цілому з метою прогнозування ймовірності настання платіжної кризи та складання рекомендацій щодо її попередження тощо.

Організація бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості передбачає використання синтетичних рахунків 3 класу плану рахунків бухгалтерського обліку, суми по яких розносяться до журналу господарських операцій, оборотно-сальдових відомостей, рахунків та інших синтетичних та аналітичних облікових реєстрів [5]. Проте назва

контрагента, дата виникнення заборгованості, очікувана дата повного погашення боргу та інша інформація у цих документах не відображається, і розкриття детальної інформації щодо розрахунків з певним контрагентом наводиться лише у первинних документах, які підтверджують наявність дебіторської заборгованості.

Відсутність у сучасній системі обліку дебіторської заборгованості уніфікованих реєстрів, які б містили повну деталізовану інформацію за станом розрахунків з певним контрагентом, збільшує ймовірність несвоєчасного списання безнадійних боргів з балансу підприємства, призводить до встановлення резерву сумнівних боргів, що не відповідає наявному стану розрахунків підприємства з дебіторами, та взагалі створює певні проблеми в управлінні дебіторською заборгованістю [6].

Серед завдань управління дебіторською заборгованістю можна виділити [7]:

- мінімізацію розміру дебіторської заборгованості;
- максимізацію грошових надходжень за рахунок її погашення;
- скорочення строків інкасації боргу;
- підвищення ліквідності дебіторської заборгованості з мінімальною втратою вартості.

Це вимагає формування системи аналітичних рахунків, у яких накопичувалася б наступна інформація:

- дані про виставлені рахунки, які не оплачені на поточний момент часу;
- час прострочення платежу по кожному з рахунків;
- розмір сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості, оціненої на підставі встановлених на підприємстві внутрішніх нормативів;
- відомості щодо можливості проведення взаємозаліку.

Зазначену інформацію можна отримати шляхом оптимізації реєстрів бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості та доповнення їх додатковими інформативними реквізитами.

Крім того, з метою полегшення відстеження заборгованості, строки оплати якої закінчуються, та забезпечення вчасного списання сум безнадійних боргів доцільно запровадити журнал обліку дебіторської заборгованості, у якому в окремих розділах мають відображатись:

- короткострокова дебіторська заборгованість;
- довгострокова дебіторська заборгованість;
- довгострокова дебіторська заборгованість, переведена у короткострокову;
- безнадійна дебіторська заборгованість;
- розрахунок суми резерву сумнівних боргів.

Список використаної літератури

1. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 24.05.1995 №88 із змінами (Редакція від 10.08.2021) / Верховна Рада України (Офіційний вебпортал парламенту України) : Законодавство України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95> (Дата звернення 20.11.2022).

2. Зелікман В.Д. Напрями удосконалення обліку та внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості підприємств / В.Д. Зелікман, Ю.А. Соніна // Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. – 2014. – № 4. – С. 37-42.

3. Москалюк Г.О. Облік та контроль дебіторської заборгованості: існуючі проблеми та шляхи їх вирішення / Г.О. Москалюк // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку [збірник наукових праць] / Відповідальний редактор О.С. Кузьмін. – Львів: Видавництво Львівська політехніка, 2012. – С.173-179.

4. Власюк Г.В. Проблеми класифікації та оцінки дебіторської заборгованості, шляхи їх вирішення / Г.В. Власюк // Держава та регіони: науково-виробничий журнал. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2011. – № 6. – С. 131-135.

5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 № 237 із змінами (Редакція від 03.11.2020) / Верховна Рада України (Офіційний вебпортал парламенту України) : Законодавство України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/%20z0725-99> (Дата звернення 20.11.2022).

6. Зелікман В.Д., Войцехова К.К. Удосконалення обліку дебіторської заборгованості на підприємстві / В.Д. Зелікман, К.К. Войцехова // Облік, аудит, оподаткування та звітність у системі забезпечення економічної стійкості підприємств : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції 11-12 травня 2017 р. Дніпро : ННІЕ, 2017. С. 26-30.

7. Бланк О.І. Управління фінансами підприємств : підручник / І.О. Бланк, Г.В. Ситник, В.С. Андрієць. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 792 с.

Зайцева Анна Сергіївна

*кандидат економічних наук, доцент,
ХНУ ім. Каразіна*

КОМПЛАЄНС-МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛІННІ ТРАНСПАРЕНТНІСТЮ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Для побудови якісної системи управління інновацій світова практика у сфері корпоративного управління пропонує використовувати концепцію захисту підприємства, яка координує процеси керування ризиками та внутрішнього контролю за рахунок чіткого визначення відповідних функцій та обов'язків менеджерів.

Головними напрямками даної концепції, яка створює ефективне управління підприємством, є забезпечення роботи структурних підрозділів, відповідальних за ризик-менеджмент, управління бізнес-процесами, управління безпекою та комплаєнс [3].

Сьогодні склалися досить важкі умови для ведення бізнесу. Особливо це стосується забезпечення економічної безпеки ведення бізнесу. Тому неможливо без впровадження в бізнес системи комплаєнс [1-4].

Комплаєнс (англ. «compliance» - «згода», «відповідність», походить від «to comply» - виконувати) – в перекладі з англійської означає дію згідно із запитом або вказівкою; покірність [1, 2].

Комплаєнс по своїй суті – це відповідність конкретних дій колективу всього підприємства або окремого структурного підрозділу внутрішнім або зовнішнім вимогам (законам, стандартам, нормам, положенням і т. п.), чітко формалізованим до загально прийнятних норм поведінки, що регламентуються законодавчими та нормативними актами як в зовнішньому, так і внутрішньому аспектах.

Для того, щоб найкращим чином дотримуватися принципів і норм комплаєнс-менеджменту, в структурі підприємств доцільно створювати спеціальні підрозділи. Підприємство і його співробітники повинні дотримуватися вимог нормативних актів в будь-якому випадку, незалежно від наявності або відсутності системи органів, що забезпечують правомірне і етичне ведення бізнесу. Посадові особи, визначені чинним законодавством, установчими документами юридичної особи або наказом виконавчого органу, поряд з самою організацією несуть відповідальність за дотримання чинного законодавства.

Основними завданнями комплаєнс-органів є розробка і введення в дію різних документів, що містять правила поведінки співробітників в тій чи іншій ситуації, регулюють різні процеси (директиви, політики, процедури) і контроль за їх виконанням.

Поняття «комплаєнс» є досить новим для вітчизняних підприємств, але регулювання економічних процесів, яке відбувається із застосуванням елементів системи комплаєнс-менеджменту, набуває актуальності та є досить популярним в колах менеджерів всіх рівнів. Варто звернути увагу на економічну сутність поняття «комплаєнс» та його роль у системі

забезпечення ефективного управління підприємствами. Комплаєнс означає законність дій підприємства в цілому та кожного її співробітника.

В очах контрагентів дотримання принципів комплаєнс-менеджменту підтверджує, що підприємство відповідає сучасним вимогам і правилам, дотримується законодавства та умовам договорів про співпрацю, угод з працівниками тощо, формуючи транспарентні умови розвитку.

На жаль, сьогодні українським законодавством не регламентовано порядок створення та функціонування комплаєнс-контролю в системі корпоративного управління, не визначено місце його підрозділів у системі управління підприємств, вимоги до осіб, які відповідальні за здійснення комплаєнс-контролю, тощо.

Тому основними напрямками підвищення ефективності комплаєнс-контролю можна визначити законодавче закріплення порядку його впровадження на підприємствах; визначення системи здійснення внутрішнього контролю на підприємствах; впровадження системи «комплаєнс» не лише в банках і професійних учасників фондового ринку, а й в інших підприємствах з метою дотримання принципу транспарентності ведення бізнесу.

Список використаних джерел

1. Basel Committee on Banking Supervision: Compliance and the compliance function in banks, april 2005 – <http://www.bis.org/publ/bcbs113.htm>.
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промислового підприємства. – Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
3. Білошкурська Н.В. Економіко-організаційний механізм формування економічної безпеки підприємства // «Економіка та держава». – 2013. – № 12. – С. 24-29.
4. Бородин А.Г. Проблематика внедрения комплаєнс-контроля в бюджетных организациях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_24397438_48482034.pdf

Шепеленко С.М., к.пед.н.,

директор Центру професійно-технічної освіти №1 м. Харкова

svitlana7388@gmail.com

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

У сучасних умовах глобалізації та швидкого темпу змін у економіці, підприємства стикаються з різними викликами, які пов'язані з внутрішнім та зовнішнім впливом. Турбулентні умови, нестабільність економічного середовища та непередбачені ризики можуть значно впливати на функціонування та розвиток підприємств. Одним із ключових аспектів в управлінні підприємством в умовах невизначеності є перманентна оцінка його потенціалу.

Потенціал підприємства розглядається як сукупність наявних ресурсів, які повинні ефективно використовуватися для досягнення стратегічних цілей. При цьому потенціал підприємства складається із певних складових:

- виробничий (засоби виробництва, їх стан, кількість, оптимальне використання);
- маркетинговий (визнання торговельної марки з урахуванням впливу конкурентного середовища);
- інформаційний (доступ до реальної кількості інформації, яка впливає на прийняття управлінських рішень);
- техніко-технологічний (здатність до технологічної оптимізації всього циклу виробництва);
- організаційний (здатність до прийняття ефективних управлінських рішень);
- соціальний (здатність до оптимізації кількісного та якісного складу персоналу й побудови відповідних відносин «персонал - керівники-власники»),

фінансовий (здатність до оптимізації фінансової системи із залучення та використання фінансових ресурсів) потенціал [1; 2, 3].

Оцінка потенціалу підприємства є стратегічним процесом, спрямованим на розкриття внутрішніх резервів та можливостей підприємства, а також адаптацію до змін у невизначеному зовнішньому середовищі. Цей процес включає аналіз різних аспектів функціонування підприємства з метою оптимізації його розвитку та забезпечення стійкості в умовах невизначеності. Чотири основні етапи оцінки потенціалу підприємства представлені на рис. 1.

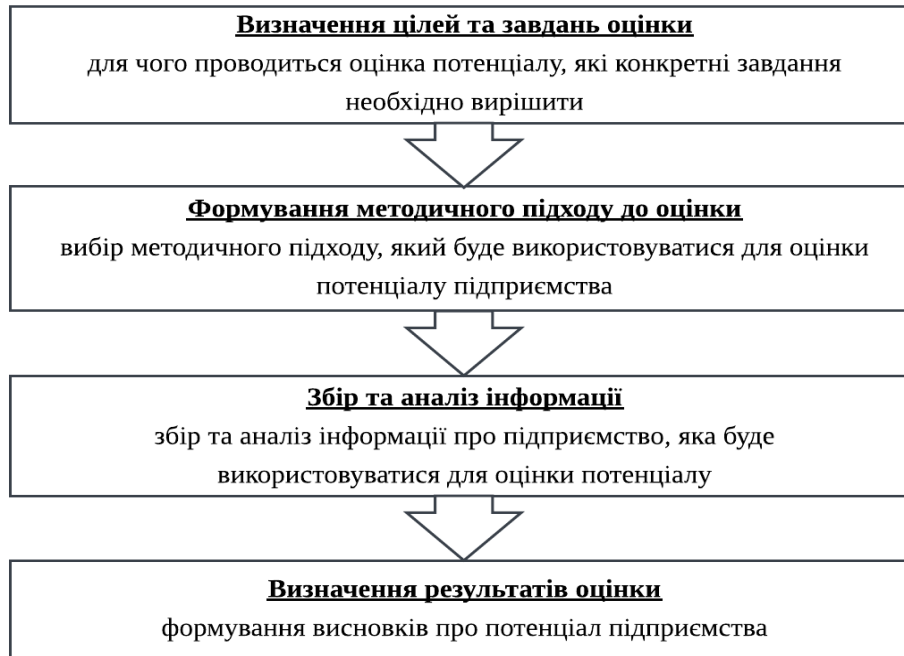


Рис. 1. Основні етапи оцінки потенціалу підприємства

Розвиток або формування одного елемента потенціалу впливає на всю систему, і досить розповсюдженою є ситуація, коли для використання певного виду потенціалу необхідно розвинути інші складові

Різні теоретичні підходи та особливості їх спрямування обумовлюють різну кількість складових потенціалу підприємства, а, отже, і його структурну будову. Структуризація потенціалу є важливим аспектом для його формування та майбутнього використання. Адже формування потенціалу можливе тільки при комплексному уявленні щодо взаємозв'язків між його елементами.

Отже, оцінка потенціалу підприємства в умовах невизначеності - це динамічний процес, який вимагає постійного вдосконалення та адаптації. Важливо враховувати не лише внутрішні фактори, але й зовнішнє середовище, щоб забезпечити стабільність та конкурентоспроможність підприємства в умовах невизначеності.

Список використаних джерел

1. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства. Актуальні проблеми економіки. – 2004. – No1(43). – С. 68-75.
2. Зеленська М. О. Підходи до формування та структуризації потенціалу підприємства. Економічний вісн. : зб. наук. праць. 2011. No 8. С. 219–224.
3. Прохорова В.В., Чобіток В. І. Управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу : монографія. Харків: Українська інженерно-педагогічна академія, 2012. - 278 с.