

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ЛЕСІ УКРАЇНКИ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ  
ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ В М. ЛЮБЛІН**

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ  
НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції  
студентів аспірантів та молодих вчених*

*Луцьк 2019*

УДК 330.341.1:334.7.049.5(082)

І66

***Рекомендовано до друку вченою радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 15 від 28.11.2019 р.)***

***Рецензенти:***

***Ковальська Л.Л.*** – доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного технічного університету

***Черчик Л.М.*** - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неоіндустріального суспільства: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (31 жовтня 2019 р.)]/ відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2019. – 690с.

У збірнику подано тези доповідей на Міжнародній науково-практичній конференції. У них відображено теоретичні основи, перспективи забезпечення ефективності суб'єктів господарювання, перспективи розвитку фінансово-кредитної системи, менеджменту, обліку, аналізу і аудиту в умовах розвитку економіки України.

Для науковців, економістів, фахівців і всіх, хто цікавиться питаннями розвитку економічної системи України.

**УДК 330.341.1:334.7.049.5(082)**

© Полінкевич О.М., Шостак Л.В. (упорядкування), 2019

## ЗМІСТ

### **СЕКЦІЯ І. Інноваційні засади становлення та розвитку економіки природокористування**

Басараб В.В., Капись А.В. ІННОВАЦІЇ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ	18
Вашай Ю.В., Дорошенко О.О. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	21
Висоцький К.Р. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	23
Гах О.С. ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	25
Герасимів З.М. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ	27
Долінка А.Д. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА СОЦІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ	30
Капустяк Н.С. ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК СКЛАДОВА ГАЛУЗІ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»	32
Ковшун Н.Е., П'ятка Н.С. ДИНАМІЧНІ МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ У СФЕРІ ПРИРОДООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	34
Колос З.В. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	37
Малютенко В.С., Омелянчук Н.В. СУЧАСНІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ	39
Мельник Н.Ю. ПЕРЕДУМОВИ МОТИВАЦІЇ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	41
Мельничук С.О., Шабала О.В. ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО РИНКУ	43
Ніколайчук Т.О. ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ІНКЛЮЗІЯ У СФЕРІ ЗАПОВІДНОЇ СПРАВИ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	45
Остапенко В.М., Черкашина В.Г. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ	48
Pavlushko M.O., Polishchuk V.G. INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF LOGISTICS COMPANIES IN UKRAINE FROM THE POINT OF VIEW OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT	51
Патіота А.С. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	53
Підлужна О.Б. ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	55
Подарин В.Р. ІМІДЖ ДЕРЖАВИ У КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ ЕКОНОМІКИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	57
Рудик А.О. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХОСТЕЛІВ В УКРАЇНІ	60
Салогуб В., Логінська І. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ	62

ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄС	
Судомир С.М. МЕТОДИКА ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	63
Сілко А.Б. ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ПРІОРИТЕТ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	65
Тарасюк М.Л., Хмурова В.В. ПРОЕКТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	68
Ховрак І.В. СВІТОВИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ЗВІТНОСТІ З СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	71
Чучман Н.В. СУЧАСНА ГАЛУЗЕВА ПОЛІТИКА ТА ПРАКТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ	73
Якимчук А.Ю., Якимчук О. Ф. ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ В УМОВАХ ЗМІНИ КЛІМАТУ	76
Ярема Л.В., Квік М.М. УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	78
Яричевська Я. І., Косар Н. С. ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ТРИКУТНИКА КАРПІМАНА В ЕКОЛОГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ	80

**СЕКЦІЯ II. Проектне фінансування та управління інноваційним розвитком підприємства**

Ананевич Н.П. НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	84
Баган Н.В., Потяженко О.М. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	86
Боровик І.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗМІН	88
Герасименко О.В. СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ ТА СУСПІЛЬСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	91
Горшков А.В. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ТА ПОЛОЖЕННЯ ДО ЇХ ФОРМУВАННЯ	93
Котенко С.В., Розвадовська О.В. TASKS OF MONITORING THE STATE POLICY OF UKRAINE IN THE FIELD OF INTERNATIONAL MULTIMODAL TRANSPORTATION	96
Коц Я.Р. ПРОВІДНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ	98
Лаврук В.В. НАУКОВІ ТЕОРІЇ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ	101
Майорова І.М. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУДОХІДНИХ КОМПАНІЙ	103
Малік Л.М., Арутюнова К.С. ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	105
Малік Л.М., Бондар І.Л. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	109
Мартиненко А.В. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ТОВАРОМ НА	112

РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ	
Момот В.Є. ВДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ НА ОСНОВІ КОМБІНАТОРНОГО АНАЛІЗУ	114
Михайлова Д.С. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	117
Наконечна Т.В., Гринів Н.Т. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ FАВLАВ МЕРЕЖІ ТА АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЙ НА ЕТАПІ ПРОТОТИПУВАННЯ	119
Ніколаєва А.М., Іщук Л.І. ОСОБЛИВОСТІ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	122
Письменна Т. В. СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	125
Пономаренко В.І. ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	127
Sova O. USING TECHNOLOGY TO IMPROVE PROJECT MANAGEMENT	129
Стецько М.В. ВАЖЕЛІ ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТІВ ДОВГОСТРОКОВОГО ТА СЕРЕДНЬОСТРОКОВОГО ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	131
Терещенко К.О. ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА	133
Терлецька В.О. ВЕНЧУРНЕ ФІНАНСУВАННЯ	136
Тимошук Л.А. ОЦІНЮВАННЯ ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ	139
Хомин І.П. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЯК ПЕРМАНЕНТНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ	142
Яцкевич І.В. УПРАВЛІННЯ СТАРТАПАМИ: ЗАГАЛЬНИЙ АСПЕКТ	144

### **СЕКЦІЯ III. Обліково-аналітичні процедури та аудит розвитку підприємств**

Бабінська С.Я. ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	148
Бермас М.В., Попова С.В. ОСНОВНІ ВИМОГИ ПІД ЧАС ВІДРЯДЖЕННЯ ПІДЗВІТНОЇ ОСОБИ	149
Болобан В.О. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	150
Бортнік С.М., Бегаль М.Г. УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	13
Бугайчук Д.Я. ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ	155
Бузейнікова Т.М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	157
Верчак А.О. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ ПРОЦЕДУРИ ТА АУДИТ	160

РОЗВИТКУ МІКРО-ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Вовк В.В. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЦІЛІСНОЇ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	161
Волхонська А.А. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	164
Герчанівська С.В., Ткачук К.І. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПІДРЯДНИКАМИ	166
Дегтяренко В.І. ІТ-АУДИТ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	168
Дорош О.В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	171
Ємельянова Ю.В., Кузьменко Н.В. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЛИННІСТЬ КАДРІВ В УКРАЇНІ	173
Зайченко Ю.М. ОБЛІК БЕЗНАДІЙНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ	176
Звіринська І.О., Медвінська Д.В. ПОРЯДОК ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ РЕІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ	178
Іщук Б. М. ОСОБЛИВОСТІ РЕФОРМУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПДВ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	180
Каблуча Ю.С., Вицина С.О. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ	183
Костів Р.І. СУТНІСТЬ ТА ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ	185
Корольок Т.М. НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ СИСТЕМИ ОБЛІКУ	187
Кухарчук І.О., Петрук Т.А. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	189
Леонова К.С. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	191
Лижова Є.М. ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ	194
Логінська І.Я., Салогуб В.П. ВНУТРІШНІЙ АУДИТ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ОЦІНКИ СТАНУ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ	197
Лотоцька І.П. ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ГРОШОВИХ КОШТІВ	200
Лузан А.М. СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	202
Лузановська К.В. ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЗА ДАНИМИ БУХГАЛЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ	204
Михайленко А.І. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	207

Нежива М.О. ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ	210
Овсяник А.С. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ЗБУТ В НЕОІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	212
Оленченко А.В. АВТОМАТИЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ І РОЗРАХУНКІВ З ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ	214
Олійник Р.М. ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ВИТРАТ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	217
Орлова О.В. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ВИКОРИСТАННЯ ДОХОДІВ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ	220
Патіота А.С. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	223
Ремига Я.С. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	226
Рибак Х.В. ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ДОХІД»	229
Романченко Я.А. ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ПО БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТАХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	232
Савастєєва О.М. АНАЛІЗ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ВІДПОВІДНИХ ВИПЕРЕДЖАЛЬНИХ ІНДИКАТОРІВ ДІЛОВИХ ОЧІКУВАНЬ	234
Савельєва Т.В. ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	237
Сирцева С.В., Аванесова Е.С. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ СКЛАДАННЯ ТА ПОДАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ	239
Стемковська І.В., Спяк І.А. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА РАХУНКАХ В БАНКАХ	241
Татенко Н.Ю., Татенко М.Ю. ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ «MASTER» В ОБЛІКОВОМУ ПРОЦЕСІ ПІДПРИЄМСТВА	244
Токар Д.І. ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ РЕЗЕРВУ СУМНІВНИХ БОРГІВ	246
Царук Н.Г. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА РЕКЛАМУ В ІНТЕРНЕТІ	248
Черненко К.В. ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	251
Чобану К.І. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	252
Шандалюк І.О. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ	253
Шевлюга А.С. ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	255
Щербаков І.О. ПОРІВНЯННЯ ОБСЯГІВ ТА СТРУКТУРИ ДОХОДІВ УКРАЇНИ І ПОЛЬЩІ В РОЗРІЗІ ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	257

**СЕКЦІЯ IV. Сучасні реалії та тенденції розвитку підприємства в умовах неоіндустріального суспільства**

Андрушой К.М. СУЧАСНИЙ СТАН КРЕДИТНИХ СПІЛОК В УКРАЇНІ, ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	60
Арієнчук А.М. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	262
Балабаєва Н.А. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	266
Баранов А.В., Кубрак О.М. КРАЦІ ПРАКТИКИ НА ДОПОМОГУ СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЯМ	269
Бірзул В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ	271
Бортнік С.М., Островська А.М. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	273
Бостан Г.А. ІТ-СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ	276
Buchniev M. REFERENCES FOR THE DEVELOPMENT OF CONDITIONS OF ENHANCING THE EFFICIENCY OF DECISIONS IN THE AUTHORS OF THE PUBLIC AUTHORITY	279
Веремій Я.С., Костюк В.А. ТЕНДЕНЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ	282
Волинець І.Г., Трохимчук О.В. ГЕНЕЗИС ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	284
Волобуєв М.І., Деркач Я.Л. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	287
Вольбін В.В., Валенко С.А. ОРГАНІЗАЦІЙНО-СТРУКТУРНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ І ДІЯЛЬНОСТІ СЛУЖБИ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	289
Габор В.С. ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ	292
Горіна С.В. КРИТЕРІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ВЛАСНИХ І ПОЗИКОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	294
Гринчук Ю.В. ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	296
Демчук С.В., Прешляк О.П. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ІННОВАЦІЙ ТА ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ	298
Дудка В.І. ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	301
Dyl' Kh.M. Polishchuk V.G. FEATURES OF APPLICATION OF FINANCIAL INNOVATIONS BY CONSTRUCTION ENTERPRISES	304
Дзюменко О. О.ІННОВАЦІЇ НА КРЕДИТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	307
Замора О.І., Войтко К.В. РОЗВИТОК МАЛИХ ГОСПОДАРСТВ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ	310



Зайченко В.В. ЛАНЦЮГ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	311
Ковальов Г.І. ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	314
Ковтун Т.К. ПОРІВНЯННЯ ОБСЯГІВ ТА СТРУКТУРИ ВИРОБНИЦТВА ВВП УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ (У РОЗРІЗІ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ)	317
Ковтуненко Ю.В. ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	320
Костриченко В.М., Ковальчук В.О. ДИСКУСІЙНІ АСПЕКТИ В ТРАКТУВАННІ АНТИКРИЗОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	322
Крамаренко А.В., Вишневська М.К. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ	325
Kravchenko S.A. BUSINESS - THE ENVIRONMENT OF SMALL BUSINESS	326
Курагеу Н.Г. РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	330
Куркіна Д.О. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	333
Кучер М.О. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	335
Лашутіна В.О. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ	338
Лесяк В.С. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	340
Литвиненко О.М. ІДЕНТИФІКАЦІЯ НЕГАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ АГЕНТІВ РИНКУ ПРАЦІ	342
Ліпич Л.Г., Гаць А.А. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	345
Ліпич Л.Г., Репета Р. М. ФАКТОРИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	348
Літвінов В.І. ТРУДОВА МОТИВАЦІЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.	350
Лубкей Н.П. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	352
Мазур Ю.В. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ	353
Максимчук О.В., Шостак Л.В. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	355
Малахова Ю.А. ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ВАНТАЖНОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ	357
Матвійчук А.А. РОЛЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ	359

ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ		
Махмудова С.О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	360	
Мацаєнко Ю.О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	362	
Мацюк І.І., Шостак Л.В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	363	
Мельник І.Б., Пилипчук Л.П. УРАХУВАННЯ ФАКТОРУ ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ	365	
Могіль О.А. УСПІХ КОМПАНІЙ-«ЄДИНОРОГІВ» В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	367	
Момотюк А.П. УРОЖАЙНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	369	
Моргун А.С. ІННОВАЦІЇ ЩОДО ЗАЛУЧЕННЯ ДЕПОЗИТНИХ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ	371	
Janusz Nesterak, Olga Malinowska, Dariusz Put, Wojciech Szymła EYE TRACKING W USPRAWNIANIU SYSTEMU INFORMATYCZNEGO – WYNIKI BADAŃ <sup>1</sup>	373	
Носаченко О.А. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	374	
Обнявко В.О. ВИНОРОБСТВО В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ	378	
Окружко С.М., Ющишина Л.О. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	381	
Павлова С.В. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПІДПРИЄМСТВ З КОРПОРАТИВНОЮ Є СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	383	
Павлишина К.І., Хмурова В.В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	386	
Підлужна О.Б. ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ РЕГІОНУ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	388	
Подлевська А.А., Медведєв А.А. ДОСЛІДЖЕННЯ СУТІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА АСПЕКТИ ЇЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	390	
Подлевський А.А., Стасюк Л.М. РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ ТНК У ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	393	
Полінкевич О.М., Романюк А.Ю. СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ	396	
Попова А.О. НАУКОЄМНІСТЬ ВВП УКРАЇНИ: ОЦІНКА У ПОРІВНЯННІ З ПОКАЗНИКАМИ ВИСОКОРОЗВИНУТИХ КРАЇН СВІТУ	398	
Романюк П.Р. ПРИЧИНИ ЗАГРОЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ	401	

<sup>1</sup> The publication has been financed by the funds allocated to the Department of Economics and Organization of Enterprises at the

ПІДПРИЄМСТВА В МОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	
Самолук Н.М. СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	403
Сарахман І.В. THE ROLE AND IMPORTANCE OF КРІ	406
Смоленюк Р.П. АГРАРНА ПОЛІТИКА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА: ПРОБЛЕМАТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ	407
Солодкий В.О. ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНОВАЖНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	409
Сосовська О., Шостак Л.В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ЗНАХОДЯТЬСЯ НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ	412
Стащук О.В., Верчук Д. КОРПОРАТИВНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	414
Тіхонова Ю.І. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК	416
Федуняк І.О., Гачок О.П. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	418
Хілуха О.А., Адамюк А.О. СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА	420
Ціжма О.А. ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИ ВИБОРІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	423
Чепела В.О. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	425
Шандрівська О.Є., Шандрівський В.А. ВИКЛИКИ НЕОІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА: ТРАКТУВАННЯ ОСНОВНИХ ЗАВДАНЬ	428
Шостак Л.В., Шепелюк Н.П. ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ	429
Шушкова Ю.В. ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС ПРОЦЕСІВ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	431
Ющишина Л.О., Ковальчук М.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЗАГОТІВЛІ ЦУКРОВИХ БУРЯКІВ ПЕРЕРОБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	433

#### **СЕКЦІЯ V. Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур**

Бережна А.О. АНАЛІЗ ШЛЯХІВ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ІЗ ЗАКОНОДАВСТВОМ ЄС ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПДВ	436
Борисюк О.В. СУЧАСНІ ПИТАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	438
Брах С.В. ВНУТРІШНІ І ЗОВНІШНІ ЗАГРОЗИ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	441

Волинець І.Г., Коба В.В. СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	443
Ворошилова О.Г. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА МІКРОРІВНІ	445
Гаврилюк В.А. РИЗИКИ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	448
Гірняк Н.Б. АНАЛІЗ СТАНУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	450
Гринько М.Ю. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТИЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	452
Гринько О.І. АНАЛІЗ І ОЦІНКА ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	455
Дворник І.В. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	459
Дорошенко Н.О., Романів В.В. ФІНАНСОВА ОБІЗНАНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	462
Іонін Є.Є. ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ ГУЧКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	464
Клименко В.І., Мокляк Л.В. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	467
Levkovets N.P. STRATEGIES FOR ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF TRANSPORT ENTERPRISES	469
Левченко Т.М. МЕТОДИКА СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ТА КОНТРОЛЮ ЇЇ ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	471
Литвинчук Р.В., Ющишина Л.О. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	474
Ліщук Р.А. ЗАХОДИ ЩОДО ЗМІЦНЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	476
Ломпей С.О., Пфістер Д.Г. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	478
Ляхович О.О., Кравчук О.О. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	481
Межова О.О. ВИДИ СТРАТЕГІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	484
Мігальчук Д.О. ЕТАПИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	486
Низюк Є.М. ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ЗАГРОЗИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В МОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	488
Пархомчук Ю.А. Шостак Л.В. ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА	490
Polishchuk V.G., Kulchitska O.V. FEATURES OF ENSURING FINANCIAL	491

SECURITY OF ENTERPRISES WORKING IN AGROBUSINESS	
Попруга Я.О. ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВОГО ЛІЗИНГУ	493
Прокопюк В.О. ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ	495
Романюк А.С. ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	498
Семенюк М.А. МЕТА ТА РІВНІ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ СКЛАДОВОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	500
Слободянюк О.В. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, ОБ'ЄКТИ, СУБ'ЄКТИ	502
Сюйва В.В. ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	505
Тютюнник Ю.М., Джангіров О.Г., Сайно О.О. ФУНКЦІЇ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	508
Усик К.В. ДОВГОСТРОКОВЕ БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	510
Химич І.Г. КРИЗОВІ ЯВИЩА НЕМОЖЛИВО ПЕРЕДБАЧИТИ АБО ІСНУВАННЯ «ЧОРНИХ ЛЕБЕДІВ» В ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСАХ	512
Хлопук Х.Г. ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	515
Чуй І.Р., Ковалик Х.Я. ФАКТОРНІЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА МОДЕЛЛЮ ДЮПОН	517
Шафарчук Л.С. АГРАРНА РОЗПИСКА – ІННОВАЦІЙНЕ ПОЛЕ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ КРЕДИТНИХ СПІЛОК	519
Шатов Д.О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	521
Ющишина Л.О., Бегаль О.П. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ПЕРЕДУМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ВИРОБНИЦТВА ПІДШИПКІВ	524

**СЕКЦІЯ VI. Менеджмент та маркетинг бізнес-структур в неопромишляльній економіці**

Агеєнко Ю.С. ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	527
Аксьонова А.О. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДІАГНОСТИКИ МОТИВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ	529
Беляєва Н.С. УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВИМ НАВАНТАЖЕННЯМ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ЗАКОНОДАВЧИЙ АСПЕКТ	532
Бойко Г.С. ОСОБЛИВОСТІ ВРАХУВАННЯ КРИТЕРІЮ ЯКОСТІ ПРИ ОЦІНЦІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	535
Булавчик М. І. ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ	537

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Бунчук П.М. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	539
Васильєва Т.П. ВІРТУАЛЬНІ ЛОГІСТИЧНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК	540
Веремій Я.С., Костюк В.А. ТЕНДЕНЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ	542
Вовк І.В. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ ДЛЯ ВИБОРУ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	544
Воїнкова А.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	546
Гадючко Д.О. УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ	548
Гайдук І.В. РЕІНЖІНІРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	550
Грінченко Р.В. ГЛОБАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ: СУТНІСТЬ ТА ВІДМІННОСТІ	552
Громова О.Є., Іванчик Т.О., Андрощук М.О. ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	55
Громова О.Є., Коваленко Д.О., Мусієнко О.Л., ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	556
Дегтяренко В.І., Стогній К.О. ЗАСАДИ ТА РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	558
Дибчук Л.В., Бедрак О.О. ФОРМУВАННЯ ЗАСАД МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	561
Дибчук Л.В., Валєвський М.І. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	565
Дибчук Л.В., Валєвський В.І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	568
Духневич А.В. ЧИННИКИ РОЗВИТКУ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖЕВИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР ТА ЇХ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ	571
Д'яченко А.Є. МЕХАНІЗМ ПРОВЕДЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ БАНКУ НА ОСНОВІ РЕЙТИНГОВИХ СИСТЕМ	574
Жмай О.В. ВИКОРИСТАННЯ ПРЕДИКТИВНОЇ АНАЛІТИКИ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	575
Золотих Я.Я. ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ БАЗОВА УМОВА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	578
Іванова О.Ю., Лаптев В.І. МЕНЕДЖМЕНТ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ В ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ УМОВАХ	581
Кобець К.О., Панас О.В. ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ, ЯК ГОЛОВНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ НА	583

ПІДПРИЄМСТВІ	
Коглер Т. В. ТЕХНОЛОГІЇ ІНДУСТРІЇ 4.0: ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ	585
Кондратюк Є.С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	588
Корнієнко М.О. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	590
Козлов О.Ю. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ	593
Кравцов Д.А. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЄВІТДА	595
Кривенко Я.В. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	598
Кузів О.А. ПОВЕДІНКОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ КРЕДИТНІ ПРОДУКТИ	601
Кулина Г.М. МОДИФІКАЦІЯ РОЛІ МЕНЕДЖЕРА ОРГАНІЗАЦІЇ В НЕОЕКОНОМІЦІ	602
Кухарчук І.О., Петрук Т.А. ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	604
Лажнік Д. Ю. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	607
Лебедка А.А. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ	609
Ливак М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	612
Лисенко Ю.В. ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	613
Ліпич Л. Г., Духневич Л. П. СУТНІСТЬ І ДІАЛЕКТИКА РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ	616
Ліпич Л. Г., Нискогуз І. О. АКТУАЛЬНИЙ СТАН ДОСЛІДЖЕНЬ ПРОБЛЕМАТИКИ ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ	619
Лісовський О.І. СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ	622
Літовченко Ю.В. ТРУДНОЩІ ТА ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	624
ЛОЗОВА О.В., ДОРОНІЧ В.М. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	626
Ломака О.І. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ТА КЛІЄНТІВ ЯК ФАКТОР РОЗШИРЕННЯ РИНКУ ТА ПРИБУТКОВОСТІ	628
Лопушинська О. В., Дмитренко А. Р. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	631
Лопушинська О. В., Панова Я. Г. УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ	633

ПОТЕНЦІАЛОМ БІЗНЕС-СТРУКТУР	
Мазур О.Є. ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СТУПІНЧАСТІЙ КРИВІЙ ПОПИТУ	635
Маліновська О.Я. СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ДЕФІЦИТУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ	636
Мисик В.М. ОСОБЛИВОСТІ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ АЗИАТСЬКО-ТИХОООКЕАНСЬКОГО РЕГІОНУ	639
Михайлова М.С. ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У БІЗНЕС-СТРУКТУРУ В НЕОІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	641
Моценський В.О. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ЧИННИК ЙОГО РОЗВИТКУ	643
Навроцький Н.А. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ В ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ	645
Назаренко К.М., Ольховський Р.В. ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК БАЗОВИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	648
Нестеренко П.О. УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОСОБИСТІСНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	651
Нестеров О. Ю. СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ БЕЗПЕКОЮ МОРЕПЛАВАННЯ	652
Оболонський О.В. УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ТА СТИМУЛЮВАННЯМ ПРАЦІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА	655
Олійник О.О., Корецька Л.В. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СФЕРІ ПРАЦІ	657
Опанасюк Ю.А., Фадєєв О.С. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	658
Pavlischina N.M. INDIVIDUALISIERUNG DER WERBUNG DURCH TARGETING	662
Пащенко О.П. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	664
Полінкевич О.М., Даркевич А.І. ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	667
Пугач В.О. ПРИЧИНИ ЗАГОСТРЕННЯ ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ	668
П'явка Н.В. ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ	670
Сак Т.В., Жолоб К.О. ПОСЛІДОВНІСТЬ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	673
Савченко В.С. ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ	675
Семененко В.І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «МЕДИЧНИЙ ЦЕНТР «МЕДІУС»	678



Семенець Ю.Б. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВА В НЕОІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	681
Сенюк, Ю.М. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ, ЯК ОСНОВА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА	682
Скляр Д.В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ УКРАЇНИ	684
Солоджук Т.-М.В. ПРОЦЕС РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ БАНКУ	686
Сосовська О.С. ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СВІДОМІСТЬ ЛЮДИНИ	688
Полуда Т.А., Стеценко В.А. ПРОСУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ SMM ІНСТРУМЕНТІВ	690
Тоцька О. Л. СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ЗВО УКРАЇНИ	692
Філіна С.В., Пономаренко Н.С. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ	697
Філіна С.В., Захарченко Л.Д. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	700
Франчук О.Ф. УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИМИ ВІДНОСИНАМИ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ	704
Цибульський А.І. ОЦІНЮВАННЯ ВИТРАТ І ЗАОЩАДЖЕНЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ	706
Чебанова М.О. ОЦІНКА ЕКОЛОГІЧНОЇ СИТУАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗВИКОРИСТАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ	709
Шевченко В.В. УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	712
Шевчук І. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	713
Шквиря Н.О. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	715
Шумейко С.О. ПИТАННЯ ЯКОСТІ МЕДИЧНОЇ ПОСЛУГИ	718

## СЕКЦІЯ І

### Інноваційні засади становлення та розвитку економіки природокористування

**Басараб В.В., студентка**

**Капись А.В., студентка**

**Науковий керівник: Сур'як А.В., к.е.н., доцент**  
Східноєвропейський національний університет ім.  
Лесі Українки, м.Луцьк, Україна

### ІННОВАЦІЇ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Сучасний розвиток науково-технічного прогресу є одним із головних факторів посилення конкуренції на національному та глобальному рівнях. Об'єктивні зміни у економічному житті призвели до нової моделі економіки, що базується на інноваційних засадах розвитку, де провідну роль відіграють галузеві ринки. Сьогодні вони орієнтуються на високих технологіях та на задоволенні потреб суспільства.

Інноваційний розвиток економіки залежить від таких факторів, як: формування ринку інновацій, спрямованість цього ринку на національне виробництво, виконання інноваційних розробок на рівні потужних корпорацій, залучення інвестицій у інноваційну сферу.

В сучасній економічній літературі є бачення, що впровадженню нових продуктів та технологій перешкоджає монополізація ринків, яка зменшує стимули до інновацій. Проте світовий досвід свідчить, що застосовують саме великі компанії, які мають велику фінансову базу та можуть дозволити собі ризиковану інноваційну діяльність.

Тему інноваційної діяльності досліджували такі економісти, як В.Адамс, П.Друкер, Д. Норт, Ф. фон Хайєк, Л. Філіпс, Ф. Шерер, Й. Шумпетер.

Інноваційна діяльність – це складний процес трансформації інноваційних ідей в об'єкт економічних відносин. В економічній літературі відомі різні тлумачення інновації залежно від предмета та об'єкта дослідження. Можна виокремити три погляди щодо терміна "інновація": 1) ототожнення інновації та новації, тобто як зміна; 2) процес створення нової продукції, технології, новації у сфері організації та управління виробництвом; 3) результат запровадження у виробництві нових виробів, елементів, підходів тощо.

У міжнародних стандартах інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, як прогресивна новація, яка представлена у вигляді продукту або технологічних процесів, нових методів організації й управління виробництвом. Значення інновації полягає в результаті, який одержують при її запровадженні, від ефекту, максимальної вигоди. На мікрорівні економічний

ефект застосування інновацій полягає в економії всіх видів ресурсів, підвищенні конкурентоспроможності на всіх рівнях, отриманні додаткового прибутку як головної мети підприємницької діяльності.

Як економічну категорію інновацію можна характеризувати за такими ознаками:

- як результат її створення, коли відбувається матеріалізація, застосування на практиці нових ідей, відкриттів і винаходів, нових наукових рішень;
- як результат її поширення (трансформації, дифузії), тобто інновацію, що здатна задовольнити ринковий попит, яка набуває товарної форми, виступає товаром на ринку інновацій і користується попитом;
- як економічний ресурс виробничого процесу, який постійно оновлюється, є невичерпним, що має вигляд запровадження нової технології, зміни організаційних структур і методів управління, внаслідок чого виробнича система переходить на новий, вищий рівень, підвищує ефективність функціонування;
- як технічний, соціальний, економічний та інший ефект реалізації нововведень, що в загальному вигляді може формулюватися як підвищення якості життя людей у цілому.

Інноваційний процес може набувати простого організаційного вигляду, коли нововведення створюється і використовується в межах однієї організації, простого міжорганізаційного – нововведення стають товаром у відносинах між продавцем і покупцем та розширеного – з'являються нові виробники нововведення, порушуючи монополні права на виробництво та сприяючи через конкуренцію удосконаленню властивостей нововведень. Розрізняють такі форми трансферу інновацій на світових ринках:

- передача, продаж або надання за ліцензією всіх форм промислової власності
- торгівля високотехнологічною продукцією;
- передача технологічного знання, необхідного для придбання, монтажу і використання обладнання, машин, напівфабрикатів і матеріалів, одержаних за рахунок оренди, закупки, лізингу або будь-яким іншим шляхом;
- промислове і технічне співробітництво в тій частині, що стосується технічного утримання обладнання й устаткування, напівфабрикатів і матеріалів;
- надання консалтингових послуг і інжиніринг;
- передача технологій у межах інвестиційного співробітництва.

Вартість інновації є похідною від рівня розвитку як матеріальної, так і нематеріальної сфери. Проте саме нематеріальна сфера стає найважливішим середовищем реалізації, по-перше, внутрішньої здатності людини щодо інтелектуальної діяльності, а по-друге, здатності зовнішнього середовища до задоволення потреби в інтелектуальній діяльності, створенні та споживанні новини, інновації, взагалі нового знання. Отже, основною складовою суспільно необхідної праці стає її інноваційна частина. Причому нематеріальна сфера, де безпосередньо забезпечується людський розвиток та здатність до інноваційної діяльності, набуває винятково важливого значення у суспільному розвитку.

Таким чином закладаються «суспільно нормальні» умови виробництва та відповідний рівень умілості й інтенсивності праці.

Для створення привабливого регіонального інноваційного середовища принципово важливим є дослідження особливостей і механізмів функціонування галузевих ринків, оскільки в сучасних умовах вони мають системоутворювальний вплив на розвиток регіону як складної динамічної соціально-економічної системи в цілому та забезпечують її відтворення на інноваційній основі. Це потребує відповідного оцінювання конкурентного середовища інноваційних галузевих ринків; визначення їх інституційної структури; встановлення бар'єрів «входу» й «виходу» для кожного з них; дослідження ринкової інфраструктури та визначення її потенціалу. Особливості функціонування цих ринків виступають передумовами формування типу впливу державної інноваційної політики; динаміки й напрямів зміни правового середовища діяльності фірм, що визначає характер їх взаємодії зі споживачами продукції; визначення інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку конкретної фірми, що, безумовно, перш за все орієнтована на досягнення приватного результату. У дослідженні галузевих ринків дуже важливим є перехід від традиційного аналізу стану рівноваги ринкових сил до дослідження механізму функціонування таких ринків як процесу. Врівноваженим в цьому випадку буде той ринок, де ринковою інформацією щодо інновацій володіють усі зацікавлені суб'єкти господарювання та відповідно відсутня конкуренція. Отже, ринкова інформація виступає вагомим фактором активізації інноваційної діяльності підприємців та їх прагнення отримати прибуток.

Ринкові відносини на цьому етапі є проявом об'єктивних процесів розвитку наукової та науково-технічної діяльності, результатом сукупної дії матеріально-речових факторів. Передумовами набуття новинами й інноваціями на даному етапі ознак товару є ті ж самі, що є традиційними для товарного виробництва взагалі: суспільний поділ праці та спеціалізація, обмеженість сукупних матеріальних ресурсів та матеріальних благ, економічна відокремленість виробників, що прямо або опосередковано задіяні в інноваційному процесі й пов'язані між собою через участь тим чи іншим чином у виробництві, впровадженні, розповсюдженні новини та водночас є повністю незалежними у прийнятті рішень щодо змісту й форм їх інноваційно-інвестиційної діяльності.

Таке розширене трактування ринку новин й інновацій, виявлення їх сутності як товару дає змогу констатувати, що розвиток інноваційного процесу особливості формування галузевих інноваційних ринків визначають передумови створення й функціонування інноваційного капіталу, що у свою чергу впливає на зміст інноваційно-інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання.

Отже, виходячи з уточнення сутності інновацій та їх роль на галузевих ринках можна зробити такі висновки:

1. Дослідження проблем спирається на безлічі робіт представників різних шкіл та напрямків економічної теорії, а саме: підприємництво та інновації, інновації та структура ринків, інституційна теорія інновацій, теорія інноваційної фірми.

2. Аналіз інновацій здійснюється за природою фірм, що здійснює інновацію, перетворення структури економіки на галузевому рівні під впливом зміни технологічних укладів і етапів розвитку суспільства.

3. Великі компанії мають достатньо переваг у підтримці досліджень та інновацій. Проте низка недоліків не дозволяють зменшити їхню роль у даному процесі. Великий розмір фірми є можливим, але не обов'язковим, фактором збільшення продуктивності від інновацій. Вони орієнтуються на вдосконалюючи інновації. Ризик виведення на ринок абсолютно нового продукту належить малому підприємству.

4. Розвиток технологій стимулюють розвиток нових галузей ринків, різноманітних товарів, нових сфер конкуренції, передаючи досвід і отримані технічні результати, забезпечують появу нових ресурсів, створюють нову ситуацію для розвитку суспільства.

**Список використаних джерел:**

1. Економіка галузевих ринків : навчальний посібник / А. І. Ігнатюк. : інтернет-ресурс: [www.irbis-nbu.gov.ua > cgi-bin > cgiirbis\\_64 > REP0000647](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/cgiirbis_64/REP0000647)
2. <https://scholar.google.com.ua/citations?user=V4z1HmMAAAAJ&hl=ru>
3. [http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2009\\_20/Zb20\\_12.pdf](http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2009_20/Zb20_12.pdf)

**Вашай Ю.В.**, к.е.н., доцент,  
**Дорошенко О.О.**, к.е.н., доцент,  
Національний університет водного  
господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна

## **АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ**

Підтримка економічної рівноваги значною мірою залежить від стану фінансового сектору, а отже, дотримання фінансової безпеки є однією з передумов досягнення рівноваги. Ключову роль в розробці економічних заходів, спрямованих на нейтралізацію загроз фінансовій безпеці, відіграє якісний макроекономічний аналіз, що спирається на достовірну інформацію.

Одними з найрепрезентативніших показників фінансової безпеки є відношення державного боргу і гарантованого країною боргу до ВВП та відношення дефіциту/профіциту державного бюджету до ВВП. Сам факт існування зовнішнього боргу, як і дефіциту державного бюджету, не є загрозою національній безпеці і свідчить про нормальні умови фінансового забезпечення держави. Проте досягнення вказаними показниками порогових значень, може свідчити про надмірну фінансову залежність країни та нездатність самостійно утримувати належну платоспроможність.

Динаміку означених відношень характеризує рис. 1.



Рис. 1. Динаміка відношення державного боргу і гарантованого країною боргу до ВВП, відношення дефіциту державного бюджету до ВВП України в 2010-2018 роках

Джерело: складено за даними Державної служби статистики.

Необхідно зазначити, що починаючи з 2017 року відношення дефіциту державного бюджету до ВВП є меншим 2% і знаходиться в оптимальних межах, що не створює загроз фінансовій безпеці держави. Відношення державного боргу і гарантованого країною боргу до ВВП мало найвище значення в 2016 році (81%), що було пов'язано із необхідністю підтримки достатнього рівня фінансової стабільності після військово-політичної кризи 2014 року. У наступних роках відбулось зменшення показника і в 2018 році він досягнув значення 62,7%. Згідно Методичних рекомендацій [1] показник знаходиться в критичних межах (більше 60%). Значним чином на стан фінансової безпеки впливає динаміка обмінного курсу національної грошової одиниці (рис. 2).

Військово-політична нестабільність, а також перехід Національного банку України на політику вільноплаваючих валютних курсів призвели до значних коливань у 2014-2015 роках. Починаючи з 2016 року індекс зміни офіційного курсу є відносно стабільним і в 2017-2018 роках відповідав оптимальним значенням, що свідчить про певну нейтралізацію загроз у даному напрямку.

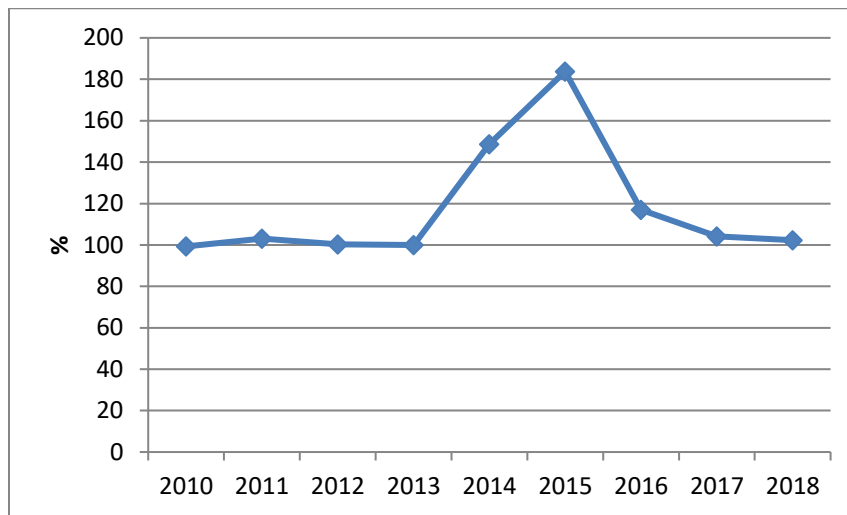


Рис. 2. Динаміка індексу зміни офіційного курсу національної грошової одиниці України до \$ США в 2010-2018 роках

Джерело: складено за даними Державної служби статистики.

Аналіз основних показників фінансової безпеки України свідчить про виникнення значних загроз у 2014 році, пов'язаних із початком військово-політичної нестабільності. Комплекс антикризових заходів, вжитих урядом та Національним банком України, дозволив стабілізувати ситуацію в окремих сферах. Проте значна кількість важливих загроз потребують посиленої уваги і здійснення подальшої економічної політики, спрямованої на їх нейтралізацію.

*Список використаних джерел:*

1. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовтня 2013 року N 1277 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://cct.com.ua/2013/29.10.2013\\_1277.htm/](http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm/)

**Висоцький К. Р.**, аспірант кафедри менеджменту та публічного управління ТНЕУ м. Тернопіль, Україна

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

За результатами соціологічного дослідження вважаємо за доцільне в підтримці розвитку об'єднаних громад врахувати наступні заходи: започаткувати проект «Інноваційно-інвестиційна привабливість ОТГ», оскільки від ефективного позиціонування і використання особливостей регіону залежать можливості задоволення як інтересів ОТГ, так і побажань населення; активізувати спеціалізовані інформаційні канали та формати засобів масової інформації щодо постійної демонстрації реального збільшення повноважень та ресурсів ОТГ. Саме ці два останніх показники сприймаються найбільш позитивно у громадській думці: відповідно 69% та 71%.

В рамках цього проекту варто серйозно відпрацювати реальні пріоритети, продовжити та посилити підтримку платформи «Спільнота– практик» проекту DESPRO з огляду на досить високий запит на використання можливостей дистанційного навчання та консультування, передбачити проект «Надання якісних– публічних послуг», у якому розмістити каталоги інформаційних карток надання публічних послуг в ОТГ з огляду на досить низький рівень задоволеності якістю надання адміністративних, освітньо-культурних, медичних, комунальних, соціальних та ін. послуг; створити Методичний центр підтримки – спроможності ОТГ з огляду на недостатню початкову спроможність ОТГ, в якому забезпечити кваліфіковане консультування щодо стратегічного планування розвитку громади та формування бюджету, економічного розвитку, залучення інвестицій, розвитку підприємств, управління земельними ресурсами, надання дозволів на будівництво, прийняття будівель в експлуатацію, розвитку місцевої інфраструктури громади, утримання та будівництва доріг водо-, тепло-, газопостачання і водовідведення, благоустрою території, надання житлово-комунальних послуг, організації пасажирських перевезень на території громади, забезпечення громадської безпеки, пожежної охорони, соціальної допомоги через територіальні центри, адміністративних послуг через центри їх надання, організації надання освітніх послуг, забезпечення надання первинної медичної допомоги, утримання та організації роботи будинків культури, клубів, бібліотек, стадіонів, виплати пенсій, субсидій, забезпечення надання пільг, контролю санітарного та епізоотичного стану, казначейського обслуговування, реєстрації актів цивільного стану тощо; передбачити фінансування тематичних семінарів та дистанційного навчання посадових осіб місцевого самоврядування ОТГ за напрямками: ефективні управлінські технології в органах місцевого самоврядування, земельна реформа на регіональному та місцевому рівнях, забезпечення енергоефективності на місцевому рівні, доступ та використання публічної інформації, запобігання та протидія корупції в органах місцевого самоврядування, проектний підхід у загальному контексті стратегічного планування, європейська інтеграція, технологія публічного виступу, інформаційно-комунікативні технології, електронне урядування, особливості децентралізації та функціонування ОТГ в Україні та ін.

Провести експертне дослідження ефективності використання форм участі членів територіальної громади у вирішенні питань місцевого значення: місцевих виборів; місцевих референдумів; громадських слухань; місцевих ініціатив; діяльності органів самоорганізації населення; благодійних організацій, професійних спілок, інших неприбуткових організацій. Створити розгорнуту базу стейкхолдерів, готових– активно брати участь у важливих громадських заходах: громадських слуханнях. Створити постійно діючі рубрики, формати та канали інформування про успіхи ОТГ в ЗМІ: в спеціальному інформаційному телевізійному каналі, який– здійснював би не лише інформування про дії влади і ситуацію, але й надавав змогу висловлення точки зору громадян і громадських організацій.



Створити робочі групи та залучити експертів до впровадження інноваційних технологій, які визнаються важливими стейкхолдерами ОТГ: створення електронної бази даних соціально-економічного, гуманітарного та культурного розвитку ОТГ; впровадження в ОТГ менеджменту якості надання послуг; створення регіонального WEB-порталу з окремим представництвом кожної громади; забезпечення доступу до світових, загальнонаціональних, регіональних інформаційних мереж для жителів громади; створити громадські комітети контролю оцінки якості послуг: водопостачання, електропостачання, газопостачання, благоустрою, прибирання вулиць, транспортних послуг, вивезення сміття та ін.

#### **Список використаних джерел:**

1. Алексєєв В. М. Напрями розвитку безпосередньої участі громадян в управлінні державними справами. *Теорія та практика державного управління: Зб. наук. праць*. Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2008. Вип. 2 (21). С. 127-133.

2. Державна стратегія регіонального розвитку до 2020 року : Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/strategiya\\_2015-a0536.pdf](http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/strategiya_2015-a0536.pdf)

3. Децентралізація влади – «ЗА» та «ПРОТИ» : режим доступу: <http://m--p.com/detsentralizatsiya-vladi-za-ta-proti/>

4. Децентралізація та реформа місцевого самоврядування, регіональний розвиток: Режим доступу: <http://www.centreform.org/reformi/decentral%20%96zac%20%96ya-ta-reformam%20%96scevogo-samovryaduvannya-reg%20%96onalnij-rozvitok.html>

5. Забезпечення системного підходу до реформування адміністративно- територіального устрою України // [http://www.niss.gov.ua/public/File/2015\\_analit/reformaATU.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_analit/reformaATU.pdf)

**Гах О.С.**, вчитель вищої категорії,  
вчитель – методист НВК №26,  
м. Луцьк, Україна

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

За даними Світового банку, в 2018-му на одного українця припадало \$7 450 валового доходу (за ПКС) - це менше, ніж на жителя Іраку, Монголії, Албанії та ще 109 країн. Всі сусіди України, за винятком Молдови, виявилися набагато успішніші в економічному плані. Чому склалась така ситуація, адже більшість пострадянських держав в 1991 році стартували однаково і знаходились в однакових умовах проте мають інші результати розвитку? Для прикладу, в 2015 році ВВП на одного жителя Польщі був майже в 3,5 разу більший, ніж на жителя України, а різниця в доходах між середньостатистичним естонцем і українцем перевищила шість разів.

Чому ж така багата ресурсами країна опинилась в ролі аутсайдерів? Наша команда знайшла і вивчила сім найбільш шкідливих і деструктивних непослідовних реформаційних рішень українського уряду за роки незалежності? (слайд 9):

Загалом результати реформ за президентства Л.Кучми перевершили всі очікування. За 2000–2004 рр. у середньому за рік ВВП України зростав на 8,4%. Тоді наша країна посідала п'яте місце серед постсоціалістичних країн і перше — в 2004-му (12,1%). В інші періоди Україна займала останні або близько до останніх

місця. Отже, період президентства Л.Кучми для економіки був найбільш динамічним у плані подолання кризи, здійснення реформ і забезпечення зростання.

Уряд, що прийшов до влади після Майдану заручився значною політичною та фінансовою підтримкою з боку міжнародних партнерів. У період 2014-2016 роках Україна отримала кредити на суму 22 млрд. доларів від МВФ, інших міжнародних фінансових установ та урядів західних країн, що становило 24% ВВП країни. У 2016 році Міжнародна фінансова підтримка допомогла стабілізувати національну грошову одиницю й економіку та розпочати численні реформи. Крім кредитів та грантів, виконання реформаторських завдань вимагалось ще й для надання безвізового режиму з країнами ЄС, а підписана у 2014 році Угода про асоціацію з ЄС стала довгостроковою дорожньою картою реформ у ряді сфер.

Індекс моніторингу реформ (iMoRe) показує, що регуляторне середовище змінювалося в правильному напрямку, хоча і відносно повільно, а висунуті міжнародними партнерами умови забезпечили 23% від сукупного показника iMoRe за вказаний період.

Проведені реформи в Україні мали певні наслідки. Місця України в рейтингу конкурентоспроможності та легкості ведення бізнесу стали одними з ключових показників Стратегії-2020 екс-президента Петра Порошенка та діяльності парламентарів.

Наслідки реформування в країні варто оцінювати за певною системою індексів. Індекс глобальної конкурентоспроможності складається з 97 показників (2018 рік). Хоча за останні п'ять років Україна здійснила більше реформ, ніж за попередні 20, вона піднялася в індексі лише з 84 на 83 місце.

Протягом останніх п'яти років Україна перемістилася у рейтингу Doing Business зі 112 місця на 71. Значний прогрес відбувся у процедурі приєднання компаній до електромереж та у зовнішній торгівлі. Водночас найбільш тривалими та дорогими залишаються процедури санації та банкрутства. Виконання бізнес-контрактів також не найкраще, що не дивно, зважаючи на повільне реформування судової системи.

Зміни, які вплинули на місце України у рейтингу Doing Business наведено на слайді 18. Звісно, Doing Business оцінює далеко не всі реформи, що відбулися в Україні протягом останніх п'яти років. Таку оцінку дає індекс моніторингу реформ.

За його даними, реформи бізнес-середовища були дуже поступовими, хоча їх було багато: 208 з понад 800. Більш значущими були зміни, які впливали не тільки на бізнес, а й на енергетичну незалежність і банківський сектор.

Найбільшим досягненням попередньої влади стало отримання країною безвіз з Європою, для чого провела 144 реформи.

Ми вирішили розставити акценти і помістити Україну в регіональний контекст. За основу порівняння взяли звіт Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР) під назвою Transition Report за 2016-2017 роки. У ньому фігурує 30 молодих демократій Східної Європи і Центральної Азії — майже весь

колишній соцтабір плюс Туреччина і Греція. Регіон обраний не випадково: це не просто сусіди України, але і країни, які в останні десятиліття пройшли через вимушену трансформацію.

В Естонії, яка стала №1 в рейтингу НВ за успіхами в реформах, ВВП на душу населення становить \$17,9 тис. У Польщі - він трохи менше, на рівні \$15 тис.

Україна ж недарма виявилася лише на 20-му місці: її показник ВВП на душу населення склав лише \$2,9 тис.

Різниця, що кидається в очі, стала наслідком безлічі реформ або їх відсутності. В Естонії і Польщі, наприклад, жителі легко можуть купувати і продавати земельні ділянки сільськогосподарського призначення. Українці позбавлені подібного через мораторій на продаж землі, який Верховна рада продовжує з року в рік, що б'є по зростанню аграрної галузі. Не дивно, що середній показник зростання української економіки за 2010-2017 роки негативний — мінус 0,13%. І справа навіть не у війні.

Україна заслужила своє 20-те місце і тим, що довгий час субсидувала газ для населення, платила резервами Нацбанку за стабільний курс гривні і займалася дорогими інфраструктурними проектами, наростивши свій держборг до рівня 80% ВВП. В Естонії цей показник, наприклад, дорівнює лише 9,5%.

А ще українська влада завжди побоювалися кардинальних реформ. У той час як поляки свої найважливіші новації зробили швидко і одночасно на всіх фронтах.

Оцінюючи карту реформ України і її сусідів, країна багато зробила для макроекономічної стабілізації — відпустила курс гривні, посилила дію ставки центробанку на ставки грошового ринку. Але помітного ефекту від економічних реформ немає, тому що українська корупція надзвичайно потужна і зводить до нуля більшість досягнень.

Отже, на нашу думку краще навіть непослідовні реформи, ніж повна бездіяльність уряду. Оскільки наслідки непослідовних реформ не завжди є негативними, а деколи можуть стати просто ефективним трампліном для майбутнього потужного старту.

**Герасимів З.М.**, к.геогр.н., доцент  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ**

Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [2].

Україна має сприятливі передумови для розвитку туризму, однак аналіз вітчизняного туристичного ринку свідчить про те, що галузь не розвинута

належним чином, недостатньо використовуються потенційні туристичні можливості регіонів, є ряд стримуючих факторів, що стоять на заваді перетворення туристичної сфери на прибутковий туристичний бізнес. Туристичні підприємства займаються переважно організацією виїзних закордонних турів, натомість в'їзний туризм практично не розвивається. Іноземці, які б могли забезпечувати значні грошові надходження до бюджетів різних рівнів, з тих чи інших причин не бажають відвідувати Україну.

Основними факторами, які перешкоджають розвитку туризму, є наступні:

- складна економічна та військово-політична ситуація в країні;
- недосконалість законодавства у сфері туризму;
- відсутність мотивації для розвитку туристичного бізнесу;
- низька конкурентоспроможність вітчизняного туристичного продукту;
- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;
- нестача кваліфікованих кадрів;
- вузький асортимент туристичних послуг;
- низький рівень використання інноваційних технологій у туризмі;
- недостатня реклама привабливих туристичних об'єктів.

Інновації в туризмі розглядають як результат дій, спрямованих на створення нового або заміну існуючого туристського продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристських, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристського бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристських підприємств [1].

Інноваційний розвиток туристичної сфери проявляється у застосуванні сучасних технологій, у створенні абсолютно нового туристичного продукту, у запровадженні нових маркетингових підходів, у популяризації та розвитку нетрадиційних видів туризму. Ступінь інноваційного розвитку туризму залежить від наявності на певній території унікальних туристичних об'єктів, кваліфікованих кадрів, фінансових ресурсів та можливостей для розвитку туристичного бізнесу.

При розробці та складанні програм розвитку туризму слід надавати перевагу інноваційній спрямованості туристичної сфери, забезпечити якісну підготовку кадрів для потреб туристичної галузі, залучати науковців та фахівців у сфері туризму для обґрунтування системи заходів щодо вирішення існуючих проблем та перспективного розвитку туризму, розробки інноваційної стратегії розвитку туризму, пошуку можливостей залучення інвестицій, використання досвіду зарубіжних держав, що є лідерами в туристичній сфері. Завдяки використанню інноваційних технологій можна забезпечити конкурентоспроможність вітчизняного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках, ефективно використовувати туристичний потенціал різних регіонів країни, надавати якісні та різноманітні туристичні послуги.

Запровадження інновацій повинно бути системним, передбачати створення відповідної інфраструктури, відповідати вимогам споживачів та бути результативним.

Основними стримуючими факторами інноваційного розвитку туризму є відсутність власних коштів у виробників туристичних послуг для запровадження радикальних інновацій, недосконала політика держави у сфері туризму, несприятливий інвестиційний клімат,

Для забезпечення ефективного функціонування туризму необхідно забезпечити наступні передумови:

- створити привабливий туристичний імідж України;
- розвинути мережу підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- зберігати та відновлювати історико-архітектурні пам'ятки та культурні цінності;
- забезпечити високий рівень розвитку та підтримку в належному стані транспортної інфраструктури;
- здійснювати підготовку професійних кадрів у сфері туризму, які б відзначались креативністю та компетентністю;
- розширювати асортимент туристичних послуг, включаючи екстремальні, нетрадиційні, інноваційні послуги;
- застосовувати новітні інформаційно-комунікаційні технології;
- забезпечувати рекламу відомих та маловідомих туристичних брендів в Україні та за її межами.

Важливе значення має вивчення попиту споживачів, пошук можливостей залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій, підвищення якості туристичних послуг, забезпечення відповідності їх міжнародним стандартам, запровадження системи стандартизації та сертифікації туристичних послуг, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту.

Саме запровадження інновацій в туристичній сфері дасть змогу розвинути туристичний бізнес, вивести вітчизняний туристичний продукт на світовий рівень, надавати конкурентні туристичні послуги, значно збільшити прибутки від туризму та зайняти належне місце серед країн з розвинутою туристичною індустрією.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Новиков В.С. Інновації в туризмі : навч. посібник для студ. вищих навч. закладів. М.: Видавничий центр «Академія», 2007. 208 с.
2. Про туризм: Закон України від 15.09. 1995 р. № 40-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 18.10.2019).

**А. Д. Долінка**, студентка  
**Науковий керівник: Нікішов О.А.**, к.т.н.,  
доцент Національний аерокосмічний університет  
Ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

## **ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА СОЦІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ**

Публічне управління в умовах подолання глобалізаційних викликів повинно забезпечувати соціальний напрямок сталого розвитку держави. Важливим об'єктом аналізу, а також управління є поняття соціальної структури суспільства, або соціальної стратифікації (від лат. *stratum* — шар та *facio* — роблю; розшаровую) [1]. Даний термін означає розташування осіб та груп за певними критеріями за ознакою нерівності в доходах, володіннях, рівні та якості освіти, обсягу могутності у владі, популярності, стилі та манерах, та інше. Стабільність та потенційний розвиток суспільства забезпечується лише на певному рівні розшарування або нерівності. Неприйняття суспільством позамежного рівня розшарування може призвести до серйозних соціальних катаклізмів, повстань, бунтів, що буде гальмувати розвиток суспільства та може призвести до його розпаду. Наявність в суспільстві розвиненої системи стратифікації є однією з ключових, визначальних рис держави.

Соціальна стратифікація може розглядатися як вихідні дані, так і важлива кінцева мета при прийнятті управлінських рішень у сфері публічного управління.

Прийняття певних рішень публічного управління безсумнівно призводить до зміни соціальної структури суспільства. Нажаль велика кількість рішень публічної влади в нашій державі дають багато прикладів негативного їх впливу на економічне та соціальне становище суспільства. Як приклади можна назвати економічне розшарування по напрямках: власник – найманий працівник (олігархічна економіка), держслужбовець – громадянин, топ-менеджмент державних організацій, представники законодавчої, виконавчої та судової влади – отримувачі заробітної плати з розрахунком по тарифній сітці, отримувачі спеціальних пенсій (по суду) та довічного утримання судій – пенсіонери по віку, та багато інше. Існує також багато прикладів загрозливого розшарування суспільства за релігійними, культурними, професійними, освітніми та іншими ознаками.

Передумовою успішного розвитку держави є соціальна урівноваженість, керованість та потенціали сталого соціально-економічного розвитку. Саме тому, урахування впливу публічного управління на зміни структури суспільства або його стратифікації — є важливим та необхідним.

Пропонується впровадження в практику оберненої задачі (інверсійної). Обернена чи інверсійна задача — це тип задач, коли значення параметрів моделі повинні бути отримані із бажаного значення функції публічного управління. Тобто, спочатку планується бажана соціальна структура суспільства (або її зміни), а вже потім визначаються управлінські рішення, за допомогою яких і буде досягнута ця мета. Це є правильним методичним підходом щодо забезпечення

сталого соціально-економічного розвитку нашої держави при гармонізації соціальної структури суспільства.

Одним з ключових напрямків розвитку держави зараз визнається модернізація агропромислового комплексу. Пропоновані зараз урядом заходи планують впровадження ринку землі з незрозумілими ані для громадян, ані для народних депутатів правилами і наслідками. Відсутні плани розвитку промисловості аграрного напрямку (с/х машинобудування, хімічна, переробна промисловість та багато іншого), хоча саме цей напрямок може дати зростання робочих місць та могутній поштовх розвитку соціальної сфери села і всієї країни.

Передбачається створення в Україні відкритого земельного ринку. Існує багато ризиків, які підстерігають українську земельну реформу. Наприклад, землю моментально почнуть скуповувати іноземні агрохолдинги, причому за ціною, яка значно нижче її реальної вартості. Прихід великих агрохолдингів на село може привести до монополізації ринку, витіснення більш дрібних виробників і виснаження сільськогосподарських земель за рахунок вирощування промисловими методами (з мінімальною кількістю працівників) зернових, олійних та технічних культур. Тобто, мінусів та ризиків набагато більше ніж плюсів. За цим підуть різні негативні наслідки, основні з яких — зменшення робочих місць в селі та деградація соціальної сфери села.

У законі пропонується встановити деякі "обмеження": до 35% земель територіальної громади можна продати в одні руки (теоретично 3 людини можуть скупити землю всієї територіальної громади); до 15% земель в області (6 власників в області) ; до 0,5% земель країни (200 людей можуть володіти всією землею країни).

Широко поширений індекс Херфіндаля — Хіршмана (ННІ) дає змогу оцінити ступінь монополізації галузі. За низки деяких припущень, для уявної територіальної громади з одним власником 35 % землі і 99 власниками по 1 % землі розрахунок індексу Херфіндаля — Хіршмана, як сума квадратів часток показників діяльності суб'єктів господарювання, дає результат  $ННІ = 1324$ . Оскільки  $1000 < ННІ \leq 1800$ , то даний ринок відноситься до значно концентрованих ринків, що може призвести до монополізації галузі. В розвинутих країнах це автоматично призводить до застосування до цього випадку антимонопольного законодавства, яке в нашій країні для галузі с/г виробництва не пристосоване. Прийняття рішень по ринку землі в Україні без належної адекватної законодавчої і нормативної бази і без урахування відповідних соціальних наслідків несе великі загрозові ризики.

Таким чином, соціальна структура — це постійно змінна, вкрай рухлива характеристика суспільства, яка об'єктивно показує стан соціально-економічного розвитку держави. Соціальне проектування — є важливим методичним підходом, який дозволяє виробляти, приймати і оцінювати наслідки управлінських рішень у царині публічного управління.

#### *Список використаних джерел:*

1. Примуш М. В. Загальна соціологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1584072013714/sotsiologiya/zagalna\\_sotsiologiya](http://pidruchniki.com/1584072013714/sotsiologiya/zagalna_sotsiologiya).

**Капустяк Н.С.,** магістрант  
**Науковий керівник: Христенко Г.М.,** к.е.н.,  
доцент ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Україна

## **ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК СКЛАДОВА ГАЛУЗІ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

В умовах глобалізації та посилення конкуренції на агропродовольчому ринку виникає необхідність впровадження інноваційних підходів господарювання, спрямованих на забезпечення сталого розвитку агросфери за рахунок соціально-економічної та екологічної збалансованості. Одним із методів, що дозволяє реалізувати концепцію сталого розвитку є органічне виробництво. Зазначений підхід ґрунтується на впровадженні цілісної інтегрованої моделі господарювання, яка забезпечує збалансовану динамічну рівновагу економічної, екологічної та соціальної складових системи з метою задоволення потреб споживачів якісною продукцією, покращення умов життя для прийдешніх поколінь, забезпечення економічного зростання та збереження природного середовища.

Нині значної актуальності набуває проблема пошуку шляхів подолання світової еколого-економічної кризи, пов'язаної зі збільшенням енергоспоживання, вичерпанням родючості ґрунтів, зменшенням біорізноманіття, забрудненням довкілля та зниженням продовольчої безпеки. Саме тому більшість країн використовує модель «сталого розвитку». Попит на органічну агропродовольчу продукцію динамічно зростає як на національному, так і на глобальному рівнях.

Органічний метод виробництва не тільки актуальний в контексті концепції сталого розвитку, він відіграє певну роль в «зеленій економіці». «Зелена економіка» відповідальна за підвищення рівня життя населення світу та соціальної рівності, за допомогою мінімізації екологічних ризиків та раціонального використання природних ресурсів [2].

Органічне виробництво виступає інноваційною галуззю «зеленої економіки». Її функціонування забезпечує ресурсозбереження та зменшення енергоємності сільськогосподарського виробництва, впровадження «зелених технологій», забезпечення споживчого ринку якісною продукцією, ефективність і конкурентоспроможність виробництва, поліпшення агроєкосистеми, підвищення рівня продовольчої безпеки, тобто гармонійне узгодження економічного, соціального та екологічного розвитку зі зростанням глобальної економіки. Органічне сільськогосподарське виробництво, засноване на принципах «зеленої економіки», є одним із засобів досягнення сталого розвитку (рис.1).

Функціонування органічного сільського господарства забезпечує досягнення економічного, екологічного та соціального ефектів.

До економічних наслідків органічного виробництва слід віднести: економію енергії та ресурсів, зниження виробничих витрат, зростання доходів виробників та їх конкурентоспроможності, підвищення самодостатності та скорочення



залежності виробників від невідгідних умов зовнішнього фінансування, підвищення рівня продовольчої безпеки.

Органічне виробництво забезпечує досить широкий спектр екологічних ефектів, основними з яких є: мінімізація впливу агровиробничих процесів на довкілля; відновлення якості земельних ресурсів шляхом інноваційних технологій обробітку ґрунту; покращення структури та біологічної активності ґрунту, відновлення балансу поживних речовин; покращення стану природного середовища; збереження та відновлення біорізноманіття; зниження забруднення водних, повітряних, лісових ресурсів; **забезпечення екологічної рівноваги довкілля.**

Соціальний ефект органічного виробництва полягає у підвищенні рівня зайнятості сільського населення; створенні нових перспектив для малих та середніх агроформувань; збільшенні життєздатності сільських громад через диверсифікацію видів діяльності; **покращенні здоров'я нації та рівня життя населення.**

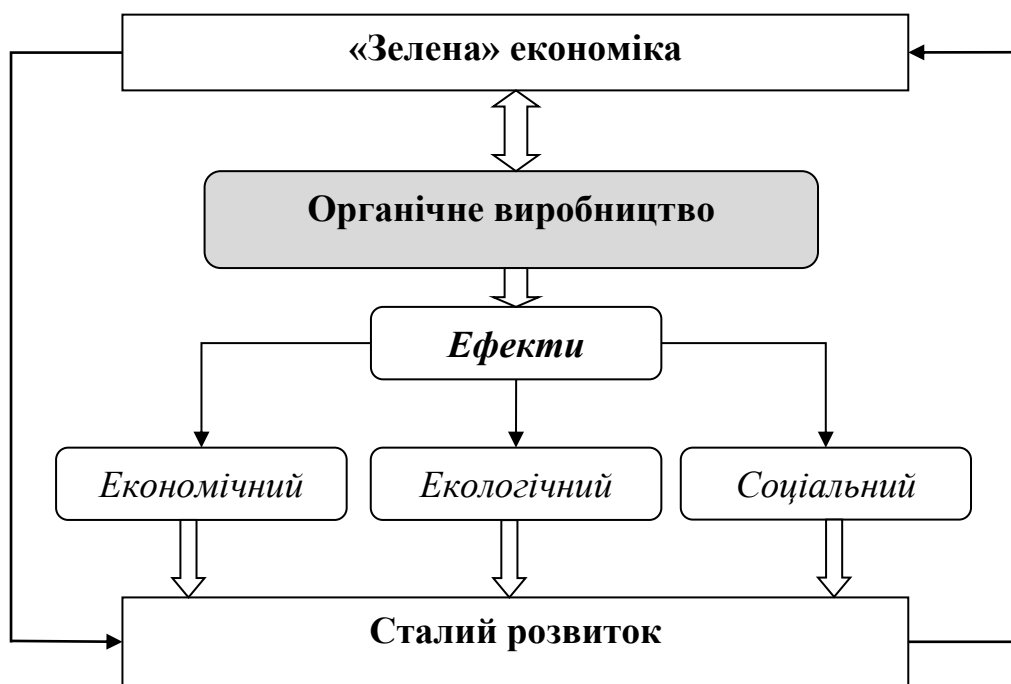


Рис. 1. Зміст органічного виробництва як складової «зеленої економіки».

Отже, органічне виробництво має стати стрижнем національної стратегії сталого розвитку сільського господарства.

**Список використаних джерел:**

1. Овчаренко А. С., Яценко О.М. Глобальна проблема продовольчої безпеки та перспективи органічного виробництва. *Вісник ХНАУ. Сер. Економічні науки*. 2018. №1. С. 331–343.
2. Савчук В. А. Розвиток органічного виробництва як галузі «зеленого бізнесу» в Україні. *Зелений бізнес: життя заради майбутнього*: зб. мат. доп. учасн. V Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених (Київ, 12–13 квіт. 2017 р.). Київ: КНУ ім. Шевченка, 2017. С. 71–73.

**Ковшун Н.Е.**, д.е.н., доцент,  
**П'ятка Н.С.**, здобувач  
Національний університет водного  
господарства та природокористування,  
м. Рівне. Україна

## **ДИНАМІЧНІ МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ У СФЕРІ ПРИРОДООХОРОННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У рамках Угоди про асоціацію та співробітництво між Україною та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їх державами-членами має на меті збереження, захист, поліпшення і відтворення якості навколишнього природного середовища, раціональне використання природних ресурсів та заохочення заходів на міжнародному рівні, спрямованих на вирішення регіональних і глобальних екологічних проблем. Таким чином Україна взяла на себе зобов'язання посилення природоохоронної діяльності, шляхом збереження природних ресурсів, підвищення економічної та природоохоронної ефективності, інтеграції екологічної політики в усі сфери державної політики, а також підвищення рівня екологічності виробництва завдяки інноваційним технологіям.

Проте, сьогодні стан навколишнього природного середовища України характеризують як стабільно незадовільний. Хоча, за даними Державної служби статистики України [1], обсяг викидів забруднюючих речовин, що викидаються у атмосферне повітря у цілому має тенденцію до зниження, але зважаючи на динаміку кількості підприємств, що здійснюють такі викиди, це відбувається більшою мірою за рахунок зменшення ділової активності підприємств, а не завдяки модернізації виробництва та впровадження екологічних технологій. Таким чином, показники забруднення навколишнього природного середовища залишаються стабільно високими, що свідчить про наявність системних проблем, які потребують реагування, як з боку держави, так і з боку забруднювачів.

Водночас видатки на охорону навколишнього природного середовища в Україні прискорено зростають – за даними Державної служби статистики України [1] протягом 2018 р. на охорону навколишнього природного середовища України було витрачено 34,39 млрд. грн., проти 31,49 млрд. грн. у 2017 р., що на 9,21 % більше. За 2006-2018 рр. ці витрати зросли більше ніж у 4 рази, середній приріст за рік становив 2,252 млрд. грн., однак найбільшу частку у структурі витрат на охорону навколишнього природного середовища становлять поточні витрати, обсяг яких у 2018 р. зріс до 70,71%, а от частка капітальних інвестицій зменшилась до 29,29%.

Аналізовані динамічні ряди обсягів викидів забруднюючих речовин, витрат на охорону навколишнього природного середовища та капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за даними періоду 2006–2018 рр. потребують поглибленого дослідження щодо виявлення залежностей взаємовпливу. Ряди динаміки, як правило, аналізуються такими відомими математичними методами, як побудова тренду. Хоча розрахунки є трудомісткими,

та можливості сучасних автоматизованих систем обробки даних, серед яких пакет Microsoft Excel, дають змогу швидко і просто побудувати лінії трендів досліджуваних явищ. Серед типів трендових моделей, які представлені в MS Excel наявні: лінійна, логарифмічна, поліноміальна, степенева, експонентна залежності. Результати динамічного моделювання представлено у табл. 1.

Таблиця 1.

Результати дослідження за допомогою моделей тренду за 2006-2018 рр.

Модель тренду	Рівняння тренду та помилка апроксимації за:		
	обсягами викидів забруднюючих речовин	капітальними інвестиціями на охорону навколишнього природного середовища	витратами на охорону навколишнього природного середовища
Лінійна,	$y = -304,56x + 8082,9$	$y = 821,59x + 711,41$	$y = 1444,6x + 3248,9$
$R^2$	0,822	0,8285	0,9649
Логарифмічна,	$y = -1307\ln(x) + 8217,7$	$y = 3783\ln(x) - 100,14$	$y = 6756,9\ln(x) + 1639,3$
$R^2$	0,5845	0,6785	0,8155
Поліноміальна,	$y = 1,9897x^3 - 71,421x^2 + 353,11x + 6711,4$	$y = 21,931x^2 + 514,56x + 147,9$	$y = 47,847x^2 + 774,74x + 4923,6$
$R^2$	0,9116	0,8349	0,9765
Степенева,	$y = 8719,7x^{-0,235}$	$y = 1707x^{0,6815}$	$y = 4411,5x^{0,5854}$
$R^2$	0,5605	0,7942	0,9406
Експоненціальна,	$y = 8557,9e^{-0,055x}$	$y = 2091,2e^{0,1399x}$	$y = 5387,6e^{0,1165x}$
$R^2$	0,811	0,8664	0,9647

Джерело: сформовано на основі проведених розрахунків за даними [1]

У табл. 1 представлено часові залежності обсягів викидів забруднюючих речовин, витрат на охорону навколишнього природного середовища та капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за даними періоду 2006–2018 рр. та відповідні коефіцієнти детермінації  $R^2$  за допомогою яких визначають похибку апроксимації. Значення достовірності апроксимації  $R^2 \rightarrow 1$ , оскільки чим вищі отримані значення коефіцієнтів детермінації ( $R^2$ ), то якісніше лінія тренду апроксимує динамічний ряд за заданим показником. Обираємо ті залежності, які найближче описують якісні властивості розвитку досліджуваних явищ за коефіцієнтом детермінації  $R^2$ , значення якого найбільш наближене до 1, що характеризує достовірність значень моделі тренду апроксимації. Так, обсяг викидів забруднюючих речовин найкраще апроксимує

поліноміальна лінія тренду третього ступеня, капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища – експонентна залежність, а витрати на охорону навколишнього природного середовища – поліноміальна тренду другого ступеня, про що свідчать коефіцієнти детермінації  $R^2$ , значення яких максимально наближені до 1 (рис. 1).

На рис. 1 відображено часову залежність обсягів викидів забруднюючих речовин, витрат на охорону навколишнього природного середовища та капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за даними періоду 2006–2018 рр. та відповідних ліній трендів, а також їх похибки апроксимації. Перевагою побудованих трендових моделей обсягів викидів забруднюючих речовин, витрат на охорону навколишнього природного середовища та капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища є можливість прогнозувати значення досліджуваних показників на наступні періоди (у нашому випадку це наступні три роки 2019 р., 2020р. і 2021р.).

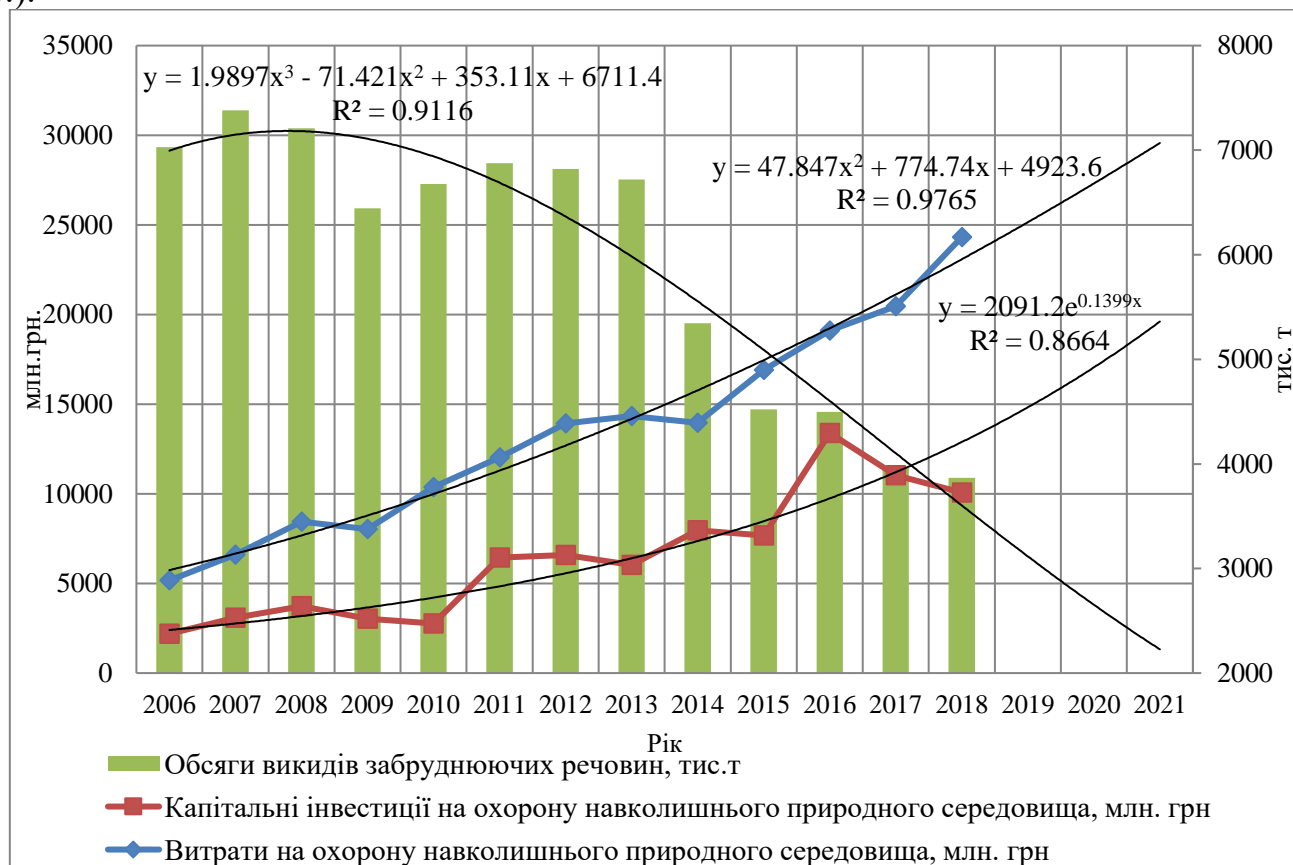


Рис. 1. Аналітичні записи виглядів ліній трендів, що описують динаміку взаємовпливу фінансування сфери охорони навколишнього природного середовища з обсягами його забруднення

Джерело: сформовано на основі проведених розрахунків за даними [1]

Водночас результати проведеного дослідження свідчать про необхідність визначення додаткових факторів (нерозглянутих в даному дослідженні), що мають найбільший вплив на зміну обсягу викидів забруднюючих речовин (результуючого показника) та їх формалізованого опису, з метою виявлення

порівняльного зв'язку і значущості впливу окремих факторів та тих резервів, що в них закладені.

**Список використаних джерел:**

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.org/>

**Колос З.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства  
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Україна

**РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

Одним із важливих завдань, що стоять перед економікою України, є ефективне використання природно-ресурсного та соціально-економічного потенціалу регіонів. У зв'язку з цим особливо актуальним є питання забезпечення розвитку рекреаційної сфери у всіх регіонах, особливо агропромислових. Таким є і Тернопільська область, що характеризується невисоким рівнем промислового розвитку, порівняно сприятливою екологічною ситуацією і значним потенціалом рекреаційних ресурсів. Недостатнє врахування цих особливостей в процесі розміщення, функціонування та розвитку продуктивних сил тривалий час призводило до накопичення складних соціально-економічних проблем.

Різні види туристично-рекреаційного господарства тісно пов'язані з ресурсами території, створеними людиною основними фондами, які поєднують в собі звичаї та традиції місцевого населення, досягнення сучасного науково-технічного прогресу. Вони диференціюються по території відповідно до географічних чинників. Тому при вивченні територіальної організації туристично-рекреаційного господарства, перш за все, необхідно виявити види туристично-рекреаційної діяльності, які характерні для різних частин території області, де вони зосереджуються, і які територіальні форми утворюють.

Тернопільська область має всі передумови для того, щоб увійти до складу найрозвинутіших у туристському відношенні регіонів України та Європи, зокрема: вигідне геополітичне розташування, багату культурно-історичну спадщину, комфортні кліматичні умови, мальовничі ландшафти, унікальні флору і фауну, розвинуту мережу транспортного сполучення, багаті культурно-історичні, людські і матеріальні ресурси тощо. Область є однією із найбагатших на заповідні території і об'єкти, які займають майже 8,5% її площі. Проте протягом 2008-2018 рр. у Тернопільській області спостерігалася стабільна тенденція до скорочення загальної кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України. За останні 10 років ця кількість скоротилася майже у 4 рази. Що стосується структури туристів за напрямом їх подорожей, то станом на 2018 рік 9,5 тис. осіб, або 72,4% становили туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон. Чисельність внутрішніх туристів за цей період була рівна 3,6 тис. осіб,

або 27,6%. Частка іноземних туристів у їх загальній структурі або була незначна, або зовсім відсутня, як і у 2017 році. Ці дані говорять про недостатнє використання багатого туристично-рекреаційного потенціалу Тернопільщини та необхідність вжиття заходів щодо активізації туристичної діяльності, розвитку насамперед внутрішнього туризму та залучення туристів з інших країн.

На сьогодні серед стримуючих факторів розвитку туристичної сфери Тернопільщини слід виділити наступні: недостатньо розвинена туристична інфраструктура для організації перспективних видів туризму, недостатнє усвідомлення потенціалу туризму, його впливу на регіональну економіку, відсутність комплексного туристичного продукту, недостатня увага деяких місцевих та регіональних органів влади до проблем розвитку туристичної галузі, зокрема при розробці стратегій та програм економічного розвитку, низька інвестиційна та ділова активність місцевого бізнесу в туризмі, дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму, неефективність рекламних кампаній щодо популяризації туристичного продукту, низька ефективність системи просування туристичних продуктів на ринок.

Дослідження показують, що серед найгостріших проблем повноцінної інтеграції Тернопільського регіону у світовий туристичний простір домінує відсутність загальноприйнятних у світі стандартів туристичного сервісу. Саме цією обставиною, очевидно, слід пояснювати статистичну закономірність різкого спаду кількості іноземних туристів в Україну та, зокрема, Тернопільщину до 2016 року і дуже незначне нарощення їх кількості буквально за останні роки, але в складі переважно організованих груп, а не наймасовішого в розвинених країнах сегмента туристів-індивідуалів, які здійснюють самостійні подорожі і, за підрахунками, залишають у країні у 2-3 рази більше коштів, ніж туристи в складі туристичних груп. Існує велика кількість значних перешкод, які заважають зростанню туризму в Тернопільській області і відштовхують потенційних клієнтів, які хотіли б приїхати у цей регіон.

Аналізуючи переваги та недоліки туристичного комплексу Тернопільської області, ми дійшли висновку, що перспективний розвиток туризму в регіоні повинен ґрунтуватися на трьох складових: інвестиціях, інноваціях та інформаційних комунікаціях. Без широкого залучення зовнішніх інвестиційних потоків, реалізації державних інвестиційних проектів та активізації внутрішнього інвестиційного капіталу нереально розбудувати ефективний регіональний міжгалузевий туристичний комплекс. Без запозичення туристичних інновацій та переходу на прогресивні європейські стандарти гостювого й рекреаційного сервісу неможливий розвиток конкурентоспроможного на міжнародному ринку туристичного сектора регіону.

#### *Список використаних джерел:*

1. Мариняк Я. Суспільно – географічний аналіз стану готельно – ресторанного бізнесу в Україні (на матеріалах Тернопільської області) // Історія української географії. Всеукр. наук. – теорет. Часопис. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2006. – Вип. 1 (13), С. 110 – 117.
2. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: монографія / В.І. Мацола. – ІРД НАН України / ред. кол. М.І. Долішній / (відп. ред.). – Львів, 1997. – 259 с.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Малютенко В.С., студентка  
Омелянчук Н.В., студентка  
Науковий керівник : Сур'як А.В., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## СУЧАСНІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ

У сучасних умовах виникає потужний вплив процесів глобалізації на розвиток національних економік, їх залучення в єдиний економічний та інформаційно-комунікаційний простір. У цих умовах процес активного входу країни у світові економічні відносини стає однією з ключових проблем подальшого розвитку економіки вибору пріоритетних напрямів забезпечення довгострокової конкурентоспроможності країни, інструментів її формування при відкритості внутрішнього ринку.

Конкурентоспроможність національної економіки – це здатність економічної системи забезпечувати за будь-якого впливу внутрішніх та зовнішніх чинників соціально-економічну оптимальність, яка проявляється у високому суспільному ефекті. Її характеризують з позицій таких підходів:

– ресурсного (наявність таких ресурсів, як: капітал для інвестування, кваліфікація людських ресурсів, наявність природних ресурсів, економіко-географічне положення країни, технології);

– факторного (темпи зростання національної економіки, що впливає на місце країни на світових ринках);

– рейтингового (відображення стану економіки за допомогою макроекономічних показників, а саме експортний потенціал, рівень цін, рівень життя, валові інвестиції та ін).

М. Портер відзначав, що наявність в країні природних ресурсів не є конкурентною перевагою держави. В більшості випадків, країни з багатими природними ресурсами відстають в економічному розвитку, а ті країни, які відчувають нестачу природних ресурсів навпаки активно розвиватися. М. Портер довів, що успіхи країн з багатою експортною складовою зумовлені прагненням економічно використовувати природні ресурси, що характеризується постійним здійсненням інноваційних та поновлювальних технологій [1].

У своїй теорії М. Портер виділив чотири детермінанти («ромб національних переваг») складові, які формують конкурентні переваги галузей, фірм і економіки в цілому, а саме:

1. Параметри факторів виробництва. Це праця, земля, капітал, підприємницька активність, інформаційна, наукова і технічна забезпеченість.

2. Стратегія фірми. Вона має відповідати галузі і стану ринку в якому працює фірма.

3. Параметри попиту. Він включає місткість ринку, динаміку та структурну зміну, рівень вимог покупців до якості товару.

4. Споріднені і підтримуючі галузі. Це залежні галузей між собою для створення готового продукту. Тобто це забезпечують експортні галузі необхідними матеріалами та послугами.

Портер зазначав, що на світовому ринку конкурують фірми, а не держави. Уряд може лише сприяти успіху конкурентної боротьби вітчизняних виробників запроваджуючи програми по підтримці виробників.

Для забезпечення конкурентоспроможності національної економіки необхідно визначитись в декількох напрямках розвитку виробництва. Обрати ті сфери в яких держава має переваги, наприклад агропромисловий комплекс, добувна промисловість. Проблемою є відсутність завершеного циклу виробництва, тобто постачання не сировини, а готової продукції. Фінансових ресурсів у виробників достатньо лише на створення сировини, а не на виготовлення продукції. Інвесторам в свою чергу більш до вподоби фінансувати лише у створення заготовок, або у видобуток природних ресурсів. Застаріле обладнання, недостатні наукові розробки іновачійних продуктів, міграція вчених за кордон призводить до відсталості у розвитку якості товарів і послуг від тих вимог, що потребує світове господарство.

Для зростання конкурентного рівня України держава має виступати у ролі каталізатора, тобто не створювати конкуренцію власноруч, а виступати стимулюючою ланкою. Влада має контролювати бізнес-процеси жорстко реагуючи на монополію. Відсутність внутрішніх конкурентів у виробника певної сфери господарства призведе до швидкого спаду національної конкуренції. Фірми мають без впливу держави конкурувати між собою, розроблюючи новітні винаходи, які зможуть зайняти провідну нішу на світовому ринку.

Отже, підвищення конкурентоспроможності національної економіки України для участі у глобальному процесі без наукомісткої продукції підприємств на світовому ринку неможливе. Темпи розвитку науково-технічного прогресу держави у свою чергу, залежить від державної політики в сфері науки та освіти. Загалом конкурентні переваги можна здобути шляхом отримання пільг, дотацій із державного бюджету, заниженого курсу національної валюти, прямого чи прихованого субсидування галузей, отримання тіньових прибутків, ефективної експлуатації вичерпних природних та екологічних ресурсів.

На сучасному етапі розвитку світової економіки Україна одна з небагатьох держав, що має усі можливості стати державою з високим показником конкурентоспроможності національної економіки та стати активним учасником розвитку світової економіки в умовах глобалізації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер; [пер. с англ.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
2. Індекс глобальної конкурентоспроможності. : [Електронний ресурс]: Звіту «The Global Competitiveness Report 2016–2017» [Режим доступу]: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2016-2017-5>
3. Пронкіна Л. І. Сучасні підходи та пріоритети підвищення конкурентоспроможності України. Вісник Тернопільського національно-економічного університету. 2015. № 3. С. 77-85.



**Мельник Н. Ю., студентка**  
**Науковий керівник: Підкамінний І. М.,**  
к.е.н., доцент Київський національний торговельно-  
економічний університет  
м. Київ, Україна

## **ПЕРЕДУМОВИ МОТИВАЦІ ЕКОЛОГІЗАЦІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Сучасний стан ринкової економіки має характерні ознаки динамічності і нестабільності процесів, які відбуваються на ринку. Підприємства, для того щоб вижити і розвиватися, вимушені пристосовуватися до мінливих умов. Одним із засобів пристосування, який дає змогу швидко приводити у відповідність внутрішні можливості розвитку зовнішнім є інновації.

Інновації повинні розвинути економіку України, рівень розвитку якої має низькі характеристики (за рівнем ВВП на душу населення вона відстає від Греції, найбільшій серед країн-членів ЄС, у 4,4 рази; від Болгарії і Румунії, найбільшій країн-претендентів на вступ у ЄС, у 1,5 рази [1]).

За індексом конкурентоспроможності економіки, який визначається за трьома групами критеріїв на міжнародному економічному форумі у Швейцарії, за підсумками 2003 р. Україна посіла 84-те місце зі 102 оцінюваних країн (табл. 1.1), а за даними Інституту розвитку менеджменту в Лозанні 2007 р. – 46-те місце серед 55 прорейтингованих країн за конкурентоспроможністю.

Таблиця 1.1

Рейтинг України за індексом конкурентоспроможності [2, с.8]

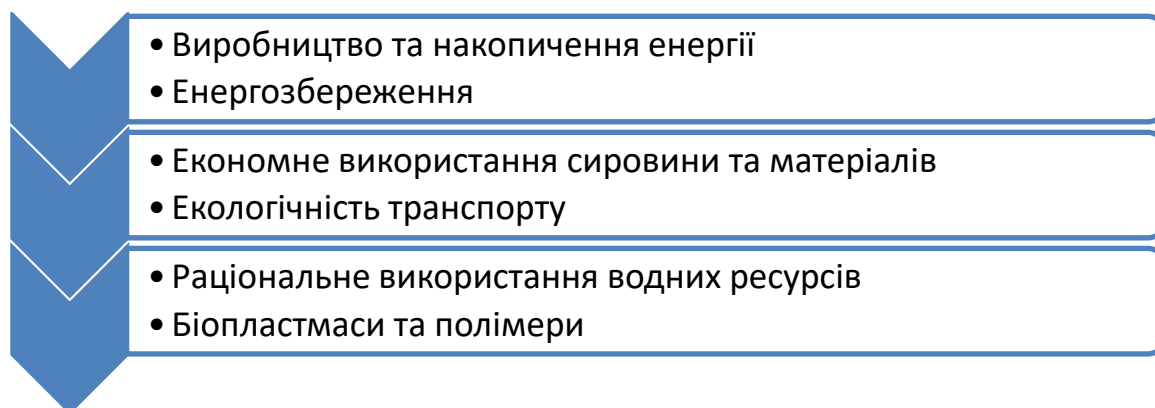
Критерій	Місце України
Стан макроекономічного середовища – ринкового, політичного, регуляторного, інфраструктури	93
Індивідуальна ділова активність, бізнес-співтовариства і здатність уряду стимулювати розвиток бізнесу	52
Ментальність населення, стереотипи поведінки і національні традиції (звичаї)	85
Індекс конкурентоспроможності	84

Це свідчить про потребу прискорення розвитку економіки України, який має забезпечуватися раціональним використанням природних ресурсів. Прискорюючи розвиток економіки, потрібно враховувати важливість використання екологічних інновацій.

Під екологічними інноваціями, як правило, розуміють нові продукти, нові технології, нові способи організації виробництва, що забезпечують охорону навколишнього середовища [3].

Екологічні технології у всьому світі є галуззю, що динамічно розвивається. Основними ринками екологічних інноваційних товарів є:

## Основні ринки екологічних інновацій



За рівнем впливу на навколишнє природне та соціальне середовище інновації поділяють на:

- радикальні (наприклад, перехід на безвідходні, ресурсозберігаючі виробництва);
- модернізуючі (наприклад, «зелена» модернізація) [4].

З урахуванням сучасних тенденцій для формування ринку екологічних інновацій необхідним є прийняття відповідних стимулюючих і регулюючих заходів на державному рівні. Державні методи є найефективнішими з погляду можливості формування ринку екологічних інновацій. Державні інститути можуть здійснювати вплив на рівень споживача, підприємства, а також на мікро- та макросередовище, у якому підприємство здійснює свою діяльність. Необхідність державного регулювання процесів формування ринку екологічних інновацій спричинена його зростаючим значенням для економіки, екології та суспільства в цілому [5].

Дослідники виділяють такі основні проблеми, які виникають на етапі розробки екологічних інновацій:

- досить складно визначити вплив виробництва та продукції на довкілля;
- практично неможливо передбачити рамкові умови майбутньої утилізації відходів;
- зростаюча складність продуктів і способів виробництва значно ускладнює процес утилізації відходів;
- спостерігається тенденція до зростання кількості інновацій та скорочення часу їх впровадження[6].

У найближчі кілька років в Україні, за даними фахівців, пріоритетними інвестиціями у розвиток екологічно-безпечних технологій мають бути:

- інвестиції у сферу охорони водних ресурсів (майже 60% загальних інвестицій),
- сферу охорони атмосфери (приблизно 16%),
- сферу охорони надр і раціонального використання земель та збереження заповідного фонду (10–12%).

Надзвичайно перспективним вважається використання біопалива, вітрової та сонячної енергії [6].

Отже, головним аспектом подолання кризового стану вітчизняної економіки повинен бути перехід до інноваційного розвитку на ринкових засадах. Вирішення екологоекономічних проблем України можливе завдяки формуванню такого середовища, яке б стимулювало розробку та впровадження інновацій з високим ступенем екологічності та економічної ефективності. При цьому основна роль в організації та управлінні еколого-інноваційним процесом має бути надана державі, яка має стимулювати та фінансово підтримувати еколого-інноваційну діяльність

**Список використаних джерел:**

1. Новошинська Л.В. Міжнародний маркетинг : [навч. посібник] / Л.В. Новошинська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 176 с.
2. Прокопенко О.В. П-80 Соціально-економічна мотивація екологізації інноваційної діяльності: [монографія] / О.В. Прокопенко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – 395 с.
3. Белякова О.В. Екологічні інновації – шлях розвитку ринку екологічно чистих товарів / О.В. Белякова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4. – С. 268–272.
4. Смоленюк А.П. Розвиток еколого-інноваційного підприємництва / А.П. Смоленюк. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/inek/2009\\_3/15.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2009_3/15.pdf)
5. Фостолович В.А. Екологічні інновації – джерело ефективного управління підприємством / В.А. Фостолович. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Oif\\_apk/2009\\_3/24\\_Fost.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Oif_apk/2009_3/24_Fost.pdf)
6. Дідух В. Екологізація інноваційної діяльності відповідно до вимог сталого розвитку суспільства / В. Дідух // Ефективність державного управління. – 2011. – №27. – С. 359–369.

**Мельничук С.О.**, студентка

**Шабала О.В.**, студентка

**Науковий керівник: Сур'як А.В.**, доцент

Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, Луцьк, Україна

## **ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО РИНКУ**

Одне з головних місць у розвитку економіки держави посідає товарний ринок. Ринок товарів (товарний ринок)- це сфера обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція [1].

Проблемі розвитку товарного ринку та його впливу на зростання економіки присвятили свої праці світові та вітчизняні науковці, серед яких: А. Мазаракі, В. Базилевич, К. Кривенко, Дж. Ейкерлоф, М. Спенс, В. Вікрі та ін.. Не зважаючи на велику кількість праць, розвиток товарного ринку не втрачає актуальності досліджень.

Виробництво незалежно від його суспільної форми є значимою формою існування людства, адже людина завжди виробляє певну продукцію чи то для власного споживання (за натурального господарства), чи для продажу (за товарного виробництва). Виходячи із цього, зрозумілими є економічна значимість тенденції переходу від натурального господарства до товарного виробництва та подальший його розвиток на товарному ринку [2].

Сучасний товарний ринок – це категорія товарного виробництва, яке не обмежується лише рамками національної економіки, а в пошуках збуту власної продукції виходить за національні межі. Він характеризується оптимізацією використання важливих чинників виробництва, спрямованих на створення конкурентних засад у його розвитку [3, с. 115].

На сьогоднішній день, постійною тенденцією ринкового механізму є порушення балансу між попитом і виробництвом, а також виникнення між ними суперечностей.

Дослідження дисбалансів між виробництвом і споживанням передбачає визнання значущості акту продажу (збуту, реалізації) вироблених товарів на ринку. Спрощене розуміння проблеми співвідношення виробництва, ринку (обміну) і споживання (тобто фактичної збалансованості між фазами національного відтворення та їх безперервності) не має перспектив. Слід розрізняти необхідну та достатню умови збалансованості виробництва і споживання. Першою з них є наявність ефективного ринкового механізму, який функціонує на основі відносин ефективної конкуренції між суб'єктами ринку, а другою – наявність ринкової пропозиції товарів відповідно до платоспроможного попиту на них [4.].

Однією з головних проблем товарного ринку, а також посилювачем кризових явищ є інформаційна асиметрія між споживачами і виробниками. Як відомо, асиметричною щодо розподілу інформації називається ситуація, за якої частина учасників ринку володіє інформацією, якою не володіють інші зацікавлені особи [5].

В ході дослідження з урахуванням показників діяльності та усіх пов'язаних з ними чинників чітко спостерігаються суперечності та тенденції розвитку товарного ринку. Пропозиція виробників утворюється на основі виставлених для реалізації товарів та послуг. Їх ціна є максимально низькою, за якою виробник може запропонувати свою продукцію в максимальній кількості в певний проміжок часу і за певних умов. Попит на товарному ринку формується з огляду на потреби платоспроможних споживачів.

Отже, дисбаланс між виробництвом і споживанням відіграє значну роль у функціонуванні товарного ринку, де торговельні підприємства намагаються знайти для себе максимально вигідну нішу. Для цього потрібний чіткий маркетинговий хід, на якому здійснюється прогноз конкурентоспроможності даного підприємства [2].

В результаті аналізу, було виявлено особливості параметрів товарного ринку, які стають основними складовими у тенденції його розвитку та суперечностей, які потребують подальшого дослідження їх впливу на розвиток економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 №2210-III
2. Громова Т. М. «Суперечності та тенденції розвитку товарного ринку»
3. Базилевич В.Д., Филіук Г.М. Природні монополії: монографія. К.: Знання, 2006.

367

с.

URL:

<http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

cgi-

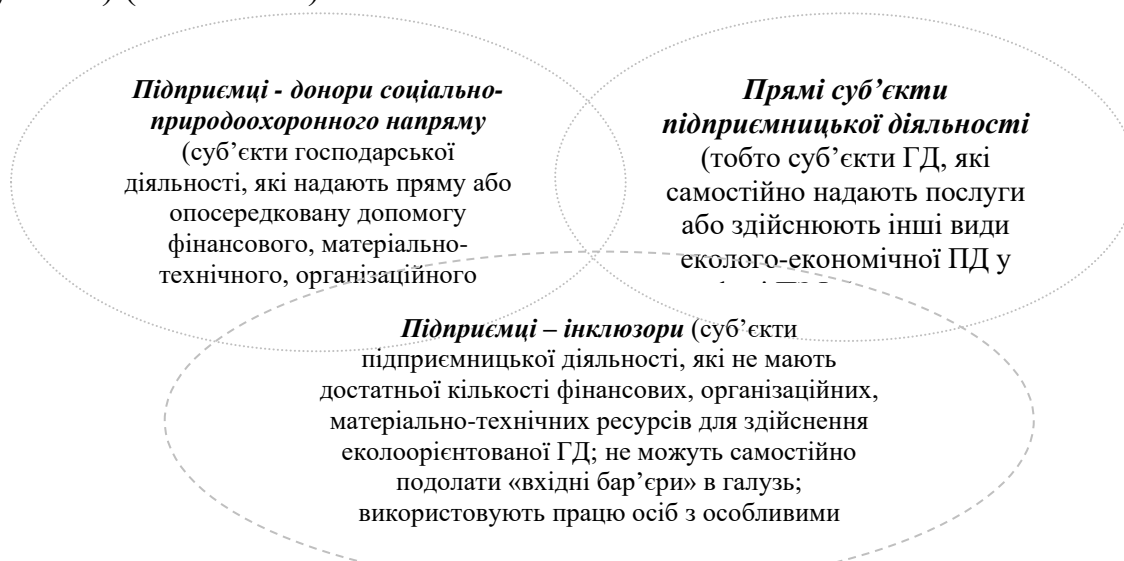
4. Мазаракі А.А., Лагутін В.Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансу між виробництвом і споживанням. Економіка України. 2016. № 4. С. 4–18
5. Діагностика товарного ринку в умовах глобалізації вітчизняного бізнесу / В.П. Пилипчук, О.В. Данніков, І.М. Іваська. URL: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/34874/1/22\\_132-141.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/34874/1/22_132-141.pdf)

**Ніколайчук Т.О.**, магістр правознавства, аспірант  
**Науковий керівник: Хумарова Н.І.**,  
д.е.н., с.н.с., ІнстНЕЕ итуту проблем ринку та  
економіко-екологічних досліджень НАНУ,  
м.Одеса, Україна

### **ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ІНКЛЮЗІЯ У СФЕРІ ЗАПОВІДНОЇ СПРАВИ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

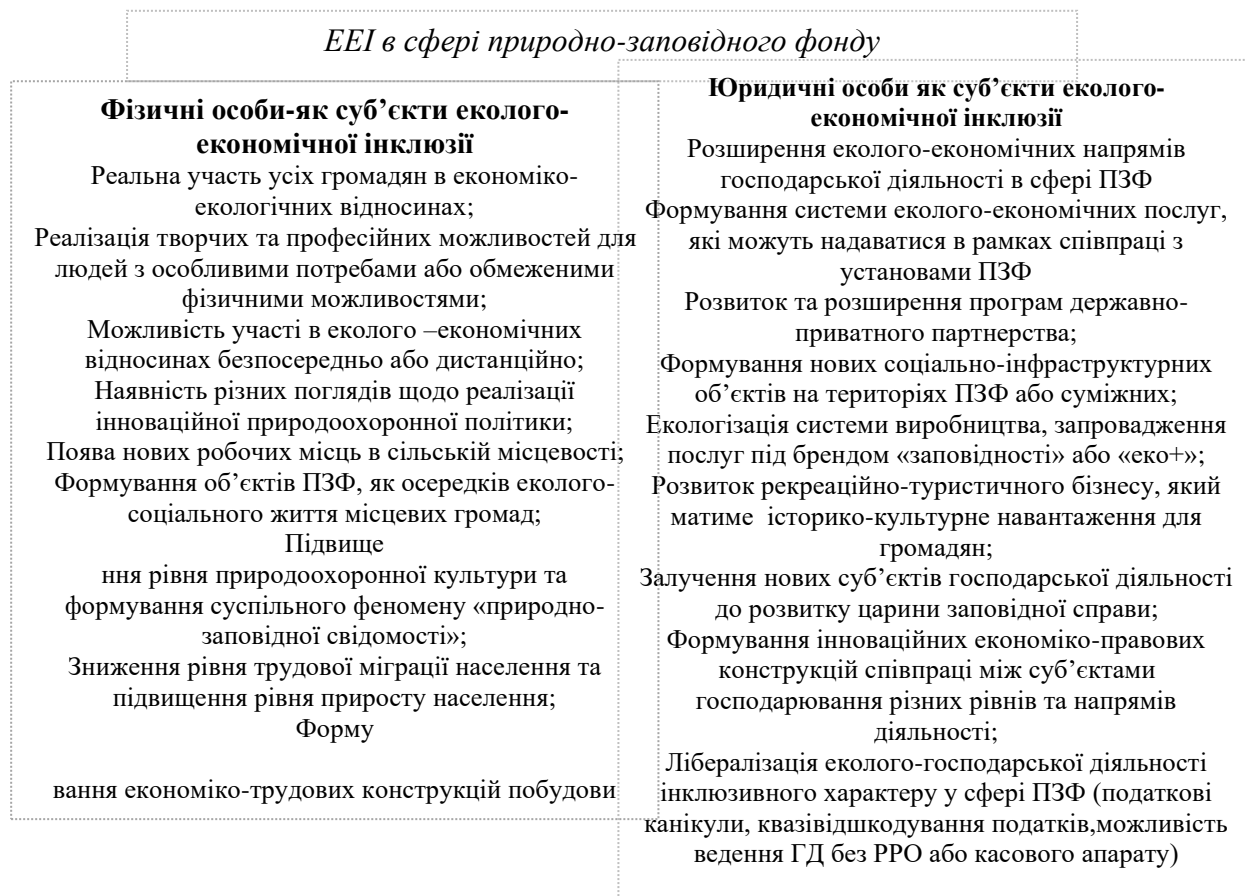
Реалізація інклюзивного підходу у всі сфери національної економіки передбачає інтеграційні процеси для всіх верств суспільства, незалежно від наявності особливих потребам, особливостей психофізичних станів, наявності обмежених фізичних можливостей, ступеню інтеграції в економічні відносини, економіко-організаційних ресурсів. Інклюзування економіко-суспільного середовища має розглядатися в контексті перспектив та умов подальшого розвитку системи еколого-соціальної інтеграції, розвитку екоосвіти, екооздоровлення та екорекреації, екорекреації, надання еко-послуг медичного характеру, розвитку творчих та креативних всіх членів соціуму спрямованих на взаємодію з довкіллям.

Еколого-економічна інклюзія (далі – ЕЕІ) представляє собою концепцію, яка забезпечує широкі можливості та рівноправ'я для економічних учасників (фізичних та юридичних осіб), які мають намір здійснювати еколого-економічну господарську діяльність або бути учасником таких відносин (авторське трактування) (малюнок 1).



Малюнок 3. Види суб'єктів підприємницької діяльності, які приймають участь у господарській діяльності соціально-природоохоронного напрямку

Інклюзування потребують еколого-економічні відносини у сфері заповідного фонду, оскільки чимало суб'єктів господарських відносин наразі не має можливості реалізації своїх еколого-соціальних та еколого-економічних прав; існує штучно створена ізоляція, яка перешкоджає багатьом фізичним особам реалізувати свій професійно-творчий потенціал, а юридичним - отримати новий напрям економічної діяльності, прийняти участь у програмах державно-приватного партнерства. Еколого-економічна інклюзія у сфері природно-заповідного фонду полягає у динаміці скорочення стратифікаційного бар'єру між соціально-суспільною більшістю та меншістю в частині участі в економічному вираженні природних ресурсів (авторське трактування) (Малюнок 2).



Малюнок 2. Фізичні та юридичні особи, як суб'єкти еколого-економічна інклюзія у сфері ПЗФ України (розроблено автором)

Однак, важливого значення набувають саме еколого-економічні відносини інклюзивного характеру у природоохоронній та природно - заповідній сфері, оскільки економічне відображення суспільних відносин у вищезгаданих напрямках перебуває на початковому етапі становлення.

Зокрема, Л.Черчик аналізує інструменти державного та регіонального регулювання розвитку рекреаційної сфери, з позиції економічної конкурентоспроможності [1; с.147-148], що є дуже актуальним для царини заповідної справи.

А. Якимчук зазначає, що саме об'єкти природно-заповідного фонду внаслідок тривалого кризового стану економіки, дефіциту фінансових ресурсів та відсутності інфраструктурного забезпечення, знаходяться на низькому шаблі розвитку. У перспективі заповідні території мають стати зеленими осередками та ядром при розбудові еколого-економічної складової держави [2; с.172-173]

Господарська діяльність соціально-природоохоронного напрямку (далі СПГД) - це підприємницька діяльність, метою якої є не тільки отримання прибутку, а також вирішення проблем природоохоронного, еколого-економічного, еколого-соціального напрямів розвитку суспільства. СПГД орієнтована на повне перетворення галузі заповідної справи зі статично-адміністративної на динамічно-капіталістичну (ринкову), оскільки основним вектором її діяльності має стати симбіоз охорони, збереження та відтворення унікальних природних комплексів, об'єктів, територій та задоволення еколого-економічних потреб суспільства (авторське трактування). До основних напрямів СПГД можна віднести наступні:

- вирішення нагальних проблем соціально-природоохоронного характеру;
- створення механізмів економіко-соціального забезпечення та професійної (ділової) реалізації незахищених верств населення (наприклад, інваліди, люди з особливими потребами, особи з обмеженими фізичними можливостями);
- забезпечення економіко-соціальних, креативних, творчих можливостей для реалізації професійних та ділових якостей осіб, які проживають у депресивних або несприятливих соціально-географічних умовах (наприклад, переселенці з зони Операції Об'єднаних Сил, АРК Крим);
- підтримка осіб, які мали маргінальне минуле (наприклад, особи звільнені з місць позбавлення волі; особи, які відбувають умовне покарання; особи з низьким рівнем соціально-суспільної відповідальності);
- формування економіко-трудова конструкцій з верствами населення, які перебувають у групах ризику (наприклад, особи які пройшли реабілітацію психологічного характеру або мали травми головного мозку, наслідком яких є профільні захворювання; особи, які мають військові або професійні травми або хвороби у стані ремісії; особи, які пройшли лікування від алкогольної або наркотичної залежності).

Інклюзивний підхід у сфері еколого-економічного благополуччя населення має довгострокові перспективи, оскільки спрямований на поступову інтеграцію всіх верств населення, сумлінну взаємодію з природою на постійній основі, однак, в той же час, потребує залучення чималих обсягів фінансового-організаційного, матеріального-технічного, адміністративного, нормативного, соціально-духовного ресурсів як зі сторони держави, так і з боку представників всіх категорій приватного сектору економіки.

*Список використаних джерел:*

1. Черчик Л. М. Формування ринкових відносин у рекреаційному природокористуванні : монографія / Л.М. Черчик. – Луцьк : ЛДТУ, 2006. – 352 с.

2. Якимчук А.Ю. Економічне стимулювання розвитку природно-заповідного фонду у контексті екологічної конституції Землі/ А.Ю. Якимчук// Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України.-2006.- № 16(8).- С.172-182.

**Остапенко В.М.**, к.е.н.,  
доцент кафедри митної її справи та оподаткування  
**Черкашина В.Г.**, студентка 4 курсу  
Спеціальності 071 «Облік і оподаткування»  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

## **МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ**

Для формування системи податкових інструментів стимулювання ефективного споживання енергетичних ресурсів важливим є об'єктивне оцінювання податкового регулювання в цій сфері як перед розробкою такої системи інструментів, так і на етапі її коригування, що буде мати певні відмінності (в основному за рахунок наявних даних).

Проблемі оцінювання інструментів податкового регулювання присвячено багато робіт [1; 2; 3], однак на сьогодні так і не розроблено єдиного підходу, який би враховував багатокритеріальність даного завдання. До того ж, оцінювання інструментів податкового регулювання енергорациональності має свої особливості.

Відбираючи критерії для комплексного оцінювання, необхідно керуватися тим, що вони повинні якомога більш повно та всебічно оцінити інструмент податкового регулювання (повинні дозволяти врахувати всі можливі переваги одного інструменту перед іншим), при цьому критерії не повинні повністю або частково повторювати один одного.

Таким чином, для комплексного оцінювання інструментів податкового регулювання можна виділити п'ять основних критеріїв.

1. Бюджетна ефективність, яку можна формалізувати за допомогою виразу (4.1) як співвідношення суми можливих додаткових податкових надходжень у майбутньому (за рахунок зменшення витрат на енергоресурси, збільшення виробництва продукції тощо), економії за рахунок зменшення витрат на енергоресурси в бюджетній сфері та зменшення витрат на надання субсидій населенню (за рахунок зменшення витрат на опалення, підігрів води, електроенергію, побутовий газ тощо) до суми необхідних витрат з боку держави (витрати на прийняття нормативно-правових актів, на здійснення контролю, в тому числі збір звітності тощо) та втрат за рахунок застосування інструментів податкового регулювання (втрати від недоотриманих податкових надходжень, що розраховуються як різниця між податковими надходженнями за колишніх умов та податковими надходженнями за нових умов):



$$BE = \frac{ДПН + EE + EC}{ВА + ВНПН}, \quad (1)$$

де  $BE$  – бюджетна ефективність, грн;

$ДПН$  – додаткові податкові надходження, грн;

$EE$  – економія за рахунок зменшення витрат на енергоресурси у бюджетній сфері, грн;

$EC$  – зменшення витрат на надання субсидій населенню (через зменшення витрат населення на енергоресурси за рахунок підвищення енергоефективності в комунальній сфері та здійснення населенням енергорациональних заходів) та дотацій для промисловості, грн;

$ВА$  – витрати на регулювання та адміністрування (витрати на прийняття нормативно-правових актів та здійснення контролю, в тому числі збір звітності), грн;

$ВНПН$  – втрати від недоотриманих податкових надходжень, що можна розрахувати як різницю між податковими зобов'язаннями за колишніх умов та податковими зобов'язаннями за нових умов, грн.

2. Фінансова ефективність для платника податків ( $ФЕП$ ), що визначається за формулою (4.2) як співвідношення суми можливих додаткових оборотних коштів, в тому числі за рахунок зменшення податкових платежів, штрафів за неефективне використання та витрат на енергоресурси, до розміру можливих додаткових витрат на використання конкретного інструмента з боку платника податків та, за необхідності, придбання певної техніки та технологій.

$$ФЕП = \frac{ПЗк \quad ПЗн + Ск \quad Сн}{ВП}, \quad (2)$$

де  $ПЗк$  – податкові зобов'язання за колишніх умов, грн.;

$ПЗн$  – податкові зобов'язання за нових умов, грн.;

$Ск$  – санкції за неефективне використання енергоресурсів за колишніх умов, грн;

$Сн$  – санкції за неефективне використання енергоресурсів за нових умов, грн;

$ВП$  – витрати платника податків на адміністрування (добуток часу, необхідного для заповнення та подачі звітів у годинах і вартості однієї години роботи бухгалтера (в масштабах країни можна використовувати середню з/п), а також витрати на дотримання вимог для використання конкретного інструмента (реєстрація у відповідних реєстрах, отримання довідок тощо), грн.

3. Ступінь впливу на досягнення необхідного ефекту (інакше кажучи, ступінь досягнення мети податкового регулювання). Необхідність урахування цього критерію обумовлена тим, що окремі податкові інструменти можуть по-різному сприйматися платниками податків, тобто під час оцінювання доцільно враховувати можливу реакцію платників податків. Податкові пільги, якими скористається невелика кількість платників податків, будуть мати незначний вплив на досягнення необхідного ефекту.

У якості мети податкового регулювання можна брати кінцеву мету будь-яких заходів державного регулювання – поліпшення якості життя населення. Однак це

глобальна мета, яка досягається шляхом досягнення менших цілей – підвищення енергоефективності, а отже, зменшення витрат населення та шкідливих викидів як за рахунок зменшення споживання ПЕР, так і за рахунок споживання більш екологічно безпечних енергоресурсів тощо. Тому доцільно використовувати для оцінювання ступінь впливу податкових інструментів на зменшення викидів шкідливих речовин (а не якість життя і не поліпшення здоров'я населення, що є наслідком зменшення викидів) та ступінь впливу на зменшення споживання енергоресурсів (а не зменшення витрат населення на ЖКХ, зменшення собівартості окремої продукції, що є наслідком зменшення споживання енергоресурсів як за рахунок економії, так і за рахунок підвищення енергоефективності).

4. Ризик виникнення негативних соціальних, економічних і екологічних наслідків. Оскільки податковими інструментами можуть бути не лише податкові пільги, а й, наприклад, підвищення ставки податку, заходи податкового регулювання можуть спричинити негативні наслідки – погіршення фінансового стану суб'єктів господарювання, збільшення частки "тіньового" сектору, невдоволеність населення, страйки тощо.

5. Швидкість досягнення очікуваного ефекту – період часу, який необхідний для реалізації інструмента податкового регулювання та зменшення споживання паливно-енергетичних ресурсів або збільшення частки відновлюваних джерел енергії.

З метою виявлення найбільш привабливого інструменту податкового регулювання раціонального використання енергоресурсів з урахуванням усіх критеріїв доцільним є розрахунок інтегрального показника шляхом застосування таксономічного аналізу (методу рівня розвитку за концепцією З. Хельвіга).

Наступний етап – розрахунок інтегрального показника привабливості інструмента податкового регулювання за аналогією розрахунку показника рівня розвитку.

Таким чином, у процесі оцінювання інструментів податкового регулювання ефективного споживання енергоресурсів необхідно оцінювати ступінь впливу на зменшення споживання паливно-енергетичних ресурсів як за рахунок економії, так і за рахунок підвищення ефективності використання енергоресурсів, а також збільшення частки відновлюваних джерел енергії, тобто необхідно оцінювати вплив податкових ресурсів на зниження споживання традиційних енергоресурсів.

Отримані значення показують, наскільки кожен з проаналізованих інструментів є розвинутим відносно інструмента-еталона, а отже, є привабливим для застосування в процесі державного податкового регулювання раціонального споживання енергоресурсів: чим ближче значення інтегрального показника до одиниці, тим привабливішим є інструмент податкового регулювання.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Іванов Ю. Б. Методика оцінки ефекту від упровадження податкових пільг з податку на прибуток підприємств / Ю. Б. Іванов, Г. В. Комарова // Економіка розвитку. – 2008. – № 3. – С. 79–84.

2. Сич О. А. Податкове стимулювання розвитку підприємництва : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.02.03 / О. А. Сич; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2003. – 23 с.

**Pavlushko M.O.**, student  
Lutsk National Technical University,  
Lutsk, Ukraine

**Polishchuk V.G.**, Ph.D., Associate Professor  
Lutsk National Technical University,  
Lutsk, Ukraine

## **INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF LOGISTICS COMPANIES IN UKRAINE FROM THE POINT OF VIEW OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

In the modern world, for organizations and industries that focus on the international market, logistics has become an integral part of an entrepreneurial strategy. The economy of Ukraine should become competitive. Using logistics tools will create a favorable external and improve the internal business environment of the enterprise.

Logistics is an industry or function in a corporation whose task is the transfer, provision and storage of raw materials and products for sale and production support.

The value of the logistics efficiency index is determined (from 1 to 5 points) based on the assessment of five indicators: the effectiveness of border and customs clearance procedures; quality of trade and transport infrastructure; ease and accessibility of organizing international transportation at competitive prices; competence and quality of logistics services; tracking capabilities; timely delivery [2].

According to research, Germany has the most logistics system. The total value of its index was 4.12 points. The top three were supplemented by the Netherlands (4.05 points) and Belgium (4.04 points).

So in 2014, according to the logistic rating, Ukraine ranks sixty-first, but in 2016 it took the eighties. In 2016 (the study is conducted every two years), Ukraine ranked 80th among 160 countries in the World Bank's Logistics Performance Index for 2016.

Ukraine in the ranking of the World Bank's Logistics Performance Index (LPI) in 2018 rose by 14 positions and ranks 66th out of 160 countries in terms of logistics efficiency. Compared with the previous version of the rating (the study is conducted once every two years), the country in the overall classification has risen by 14 positions. Ukraine is located between Serbia and Egypt, and in the post-Soviet space it became the third after Estonia (3.31 points and 36th place) and Lithuania (3.02 points and 54th place). Leadership in the ranking in Germany with a total LPI Score of 4.2 points. It is followed by Sweden, Belgium, Austria and Japan. The Netherlands are the second five best, followed by Singapore, Denmark, Great Britain and Finland [1].

A range of logistics services can be provided by logistics companies and logistics operators, which are not so many on the domestic market (including foreign and Ukrainian). Logistics companies can provide customers with the following services: declaration (customs services), communication services with foreign suppliers, transportation, storage, preparation of export-import documentation.

Logistic operators are logistics companies that provide a range of services to their customers. An experienced operator can attract other contractors to fulfill their goals. In addition, mainly logistics operators conclude transactions for the long and medium term and try to be the main (sole) contractor for their customer. Also, these operators are ready to delegate their individual specialists to the customer company for the most effective coordination of their joint activities. Logistic operators and logistics companies are trying to quickly respond to customer requirements and constantly improve the quality of service.

Technical support includes electronic computing equipment and means of communication with each other only if automated information processing is carried out in the information system. In this case, the main part of the technical support is a computer (electronic computer). The widespread penetration of logistics in the economy is largely due to the computerization of material management. A computer has become an everyday element of office equipment for employees of various professions.

The business and the market for logistics services were significantly affected by changes in the domestic political situation in Ukraine. The main number of logistics companies that provide specialized services is concentrated in Kiev. The possibility of providing transportation services to some regions of Ukraine has become much more complicated, due to changes in the market conditions, as well as high risks for the life of staff, as well as for storage of transport and goods, deliveries to some cities are inclined.

Logistics in Ukraine is just beginning to be fully applied. Training qualified specialists who are able to design automated logistics systems and apply them to enterprises and supply and marketing organizations is a necessary condition for the successful development of logistics.

The goal of the Sustainable Logistics Strategy is to support Ukraine in: realizing the logistic potential; strengthening multimodality and inter-receipt between different modes of transport; servicing, modernizing and expanding efficient transport and logistics infrastructure and promoting the development of energy-efficient freight transport; professional development and training of personnel involved in the provision of services related to transport and logistics; trade facilitation.

The concept of “persistence” usually encompasses three dimensions, given and illustrated by separate examples below. This list also means that steel processes are focused on efficiency in all of these dimensions. It is important to realize that sustainability as a general concept cannot be reduced only to environmental issues or environmental sustainability.

Economic sustainability, including efforts to achieve and support fiscal sustainability of the public sector and the economic viability (here) of logistics operations in the public or private sector.

Social sustainability, including improving road safety and other types of safety, labor protection problems and fair remuneration for work, avoiding traffic jams and delays.

Environmental sustainability, including approaches to minimizing the effects of emissions and other external influences associated with the transport and logistics operations carried out by people, as well as the artificial and natural environment.

Sustainable economic development is also crucial for the public, given investment in the transport sector and infrastructure support needs. The ability to support profitable operations both domestically and in international logistics is central to the private sector. For shippers, this means access to affordable, safe, and reputed logistics services. For logistics service providers, this means the ability to provide and develop their services, which over time will become profitable [3].

Improving logistics services requires powerful institutions, effective public sector coordination and government support at the highest level. The transport of goods often requires the efficient functioning of many links in the supplier chain. For example, the effect of a world-class port information system could be undermined if land transport has serious flaws. Thus, efficient logistics involves coordination between many entities (including foreign markets and governments) that provide a wide range of services and are subject to many legal / regulatory frameworks and regulatory bodies. At the same time, effective regulation is essential to ensure proper competition, administering the physical space of ports and airports, security, obtaining customs revenues and ensuring the security of the supply chain.

**Список використаних джерел:**

1. Logistics Performance Index (LPI) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://lpi.worldbank.org/>
2. Стратегія сталої логістики та План дій для України) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mtu.gov.ua/files/Logistics.pdf>
3. Тараненко Ю. В. Аналіз ринку логістичних послуг [Електронний ресурс] / Тараненко Ю.В. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_12/162.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_12/162.pdf).

**Патіота А. С.** студентка групи О-41Б  
**Науковий керівник: Гурська І. С.,** к.е.н.,  
доцент ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут», м. Бережани, Україна

## **РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Сучасні умови розвитку національної економіки визначається реалізацією економічної політики у тому числі щодо забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної діяльності країни. Туризм стимулює розвиток усіх сфер національного господарства, таких як будівництво, транспорт, торгівля, сільське господарство, зв'язок, виробництво товарів народного споживання тощо.

Туризм комплексно впливає на соціально-економічний розвиток України з її багатими природними, антропогенними, історико-культурними, біосоціальними та іншими туристсько-рекреаційними ресурсами.

Відповідно до Закону України «Про туризм» до організаційних форм туризму належать міжнародний і внутрішній туризм. До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни. До

внутрішнього туризму відносяться подорожі в межах території України громадян України [2].

Важливими питаннями розвитку туристичної діяльності є дослідження факторів які впливають на стан даної галузі в країні та зокрема в регіоні. В науковій літературі ці фактори поділяються на дві групи, а саме зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які в мають специфічні прояви при веденні туристичного бізнесу.

Зовнішні фактори впливають на туризм, у першу чергу, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови.

Внутрішні фактори – це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму, тобто це матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, торгівлі.

Поєднання внутрішніх та зовнішніх факторів формує кон'юнктуру туристичного ринку та створює середовище для бізнес-діяльності, впливає на формування попиту та пропозиції, які забезпечують діяльність національної індустрії туризму зі створення відповідного туристичного продукту. Формування національного туристичного бізнесу є наслідком складної взаємодії організаційно-економічних процесів, які формують попит та пропозицію на ринку туристичних послуг.

Успішний розвиток туристичної галузі в Україні потребує створення належних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій на туристичному ринку. Серед основних чинників які впливають на розвиток туристичного бізнесу є Постанова Кабінету Міністрів України про затвердження Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму [1].

Визначаючи туристична галузь як одна з пріоритетних в галузях національної економіки для його ефективного функціонування необхідно вирішити проблеми, які потребують державного регулювання й підтримки виконавчих органів влади. Серед них є такі:

- налагодження механізмів співпраці органів державної влади з громадськими, науковими та бізнес-структурами;
- підвищення рівня безпеки на туристичних об'єктах і маршрутах, своєчасне надання невідкладної допомоги туристам, які постраждали під час подорожі;
- облаштування інфраструктури та інформаційного забезпечення туристичних об'єктів і маршрутів;

– вдосконалення податкового законодавства, що сприятиме вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекси.

Підсумовуючи викладене, слід відзначити, що розвиток туристичного бізнесу України залежить від системи факторів. Систематизація та класифікація цих факторів дозволить вивести галузь туризму на новий вектор розвитку, а необхідними організаційними заходами які сприятимуть стійкому розвитку бізнесу є: поглиблений розвиток інфраструктури галузі для комплексного обслуговування всіх категорій туристів; організація періодичних тренінгів та семінарів туристичного спрямування для туристичного бізнесу та зацікавлених осіб; застосування інновацій у вигляді централізованої комп'ютерної мережі резервування місць розміщення та створення реальної бази про послуги у сфері туризму; сформувані державну політику в галузі туризму, яка сприятиме його стійкому розвитку.

#### *Список використаних джерел:*

1. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс] : Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
2. Закон України «Про туризм» у редакції від 26.04.2014 [Електронний ресурс]. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua>.

**Підлужна О. Б.**, к.геогр. наук,  
старший викладач  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут», м. Бережани, Україна

## **ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ**

Сучасний туризм – це сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка загалом тією чи іншою мірою інтегрує практично всі галузі. Саме це й повинно стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни, стимулювати важливі галузі економіки, сприяти зміцненню позитивного іміджу України на світовій арені. Туристичні підприємства сьогодні перебувають під негативним впливом комплексу чинників мега-, макро- та мезосередовища, непередбачуваних за своїми обсягом, силою впливу та характером. Серед таких чинників – політичні, соціальні та екологічні колапси, воєнна агресія та інтервенція окремих територій країни, повільні темпи ліквідації наслідків світової фінансово економічної кризи, нові проблеми щодо співвідношення попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг, слабка мобільність структурних змін у секторі туризму, не готовність персоналу підприємств швидко й ефективно реагувати на зміни.

Основні моменти, необхідні для формування сучасної стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках, такі:

- широкомасштабне проведення рекламно інформаційної компанії в засобах

масової інформації в Україні та за кордоном;

- розвиток виставково-ярмаркової діяльності у сфері туризму;
- організація презентацій туристських можливостей України в країнах, що спрямовують туристів в Україну;
- організація мережі інформаційних центрів для іноземних туристів в місцях проходження найбільших туристичних потоків;
- формування сучасної статистики туризму.

Головне завдання підприємств туристичної галузі полягає в організації комфортного та якісного забезпечення мотиваційних вимог туриста. Відповідність вимогам гарантує ефективність їх діяльності на ринках різного рівня. Туристична галузь функціонує і розвивається, скерована державною туристичною політикою у сфері туризму. Функціями підприємств туристичної галузі є створення, реалізація та організація споживання послуг та товарів туристичного призначення, виробництво туристичного продукту. Туристична галузь складається з підприємств, що надають послуги гостинності, транспортні послуги, та підприємств, що створюють комплексний туристичний продукт і організовують його споживання (туроператори і турагенції). Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є те, що туризм – це специфічна форма діяльності людей. Тому під час розроблення системи управління туристичним підприємством необхідно враховувати особливості туристичних послуг і туристичного продукту. Відповідно до цього можна виокремити декілька спільних рис, характерних для управління туризмом:

- невідчутність і незбереженість туристичного продукту;
- різноманітність та пріоритет бажань кінцевих споживачів під час планування туристичної діяльності;
- значущість маркетингу в туризмі;
- унікальність туристичної послуги.

Під час дослідження особливостей роботи туристичних організацій встановлено, що в галузі туризму важливо розробити систему менеджменту туристичних організацій, яка б саме поєднувала ефективне управління організаціями з одночасним їх становленням як суб'єктів господарювання, що розвиваються, гнучко адаптуються до змінних ринкових умов, діють на ринку, випереджаючи його тенденції. Оскільки класичні методи організаційного менеджменту ґрунтуються на критеріях якості, повноти, своєчасності, безпеки надання послуг та товарів, малоприсади до умов непередбачуваного розвитку ринку туризму, необхідно розробити систему менеджменту, максимально адаптовану до динаміки туристичних потоків, як зовнішніх, так і внутрішніх, туристичного споживання та інших тенденцій на ринку туризму [1].

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних туристичних послуг необхідно розширювати інноваційну діяльність, а саме: сформувати інноваційні стратегії розвитку туристичної індустрії на державному рівні, зокрема, підтримку наукових розробок у сфері інновацій у туризмі; створити єдину мережу туристично-інформаційних центрів, що є особливо актуальним під час підготовки до Чемпіонату, адже для іноземних туристів користування швидкими і



доступними засобами отримання інформації про туристичні можливості країни, в якій вони перебувають, є звичним, а отже, необхідним; виявити проблеми та створити умови для інноваційних форм організацій туристичної діяльності, які б забезпечили зростання конкурентоспроможності фірмам та регіонам, а також формування взаємопов'язаних інститутів, що призначені для фінансування інфраструктури інноваційної діяльності та інноваційних проектів у галузі туризму й рекреації, наприклад – створення туристичних кластерів, регіональних рекреаційних корпорацій, спеціальних економічних зон тощо.

*Список використаних джерел:*

1. Ковальчук С., Миколишина В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 4. С. 60-65.

**Подарин В.Р.**, студентка

**Науковий керівник: Мороз Л.А.**, к.е.н, доцент  
Національний університет “Львівська політехніка”,  
м. Львів, Україна

## **ІМІДЖ ДЕРЖАВИ У КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ ЕКОНОМІКИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Екологічна наука зробила великий внесок у розуміння природного світу та впливу людей на цей світ. Проте важливо зауважити, що світ у своїй більшості, а саме підприємці, чиновники, переважно читає книги чи новини про бізнес, владу та економіку, а вартувало б і природокористування взяти до уваги. У скількох політиків у виборчій програмі вказані пункти як не щодо заходів для зменшення шкідливого впливу на Землю, то хоча б не збільшення частки впливу країни на погіршення стану екосистем? Як на мене, риторичне запитання.

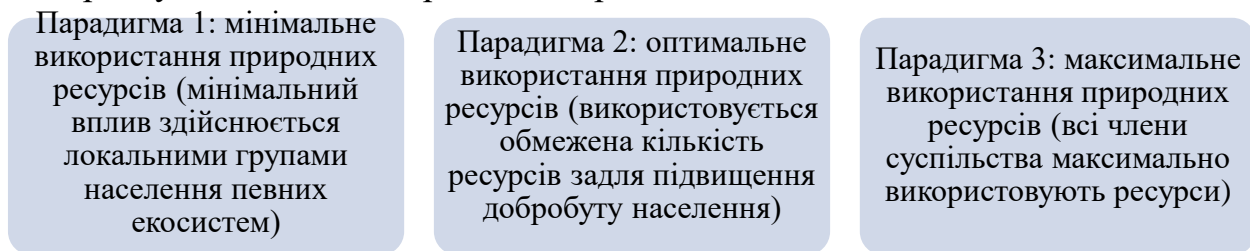
XXI століття – століття протиріч: коли світом керують гроші та знищується все заради тих самих грошей, але мовчати, приховувати наслідки діяльності людства вже не вдається і про це говорять, багато говорять. У XXI столітті неабиякою потужною річчю є тенденція, і гроші це просто ще одна тенденція. На мою думку, найголовнішою тенденцією слід вважати економіку природокористування, екологічність усіх процесів, які мають вплив на природу.

Беручи до уваги визначення іміджу держави у контексті екологічної економіки, економіки природокористування, можна сказати, що це сформована сукупність уявлень про державу щодо її розумного, раціонального, продуктивного використання природних ресурсів, а також екологічної ефективності подолання наслідків свого впливу на планету. На жаль, у сучасному неоіндустріальному суспільстві немає країн з досконалим іміджем, проте не може не тішити, що є держави, які рухаються у напрямку позитивної репутації на міжнародній арені. Бути екологічно орієнтованою державою – престижно!

Сьогодні поняття екосистемних послуг та природного капіталу з'явилися як засіб висвітлення та відображення значення біорізноманіття та екосистем для добробуту людини. Проте це поняття не слід розуміти в сенсі природа для людини. Саме людству потрібно берегти те, що їм дарує навколишнє середовище, а не використовувати екосистеми як засіб збагачення. Отож потрібно

переорієнтуватись на дослідження, що забезпечують майбутнє, в якому природні системи та люди, яких вони включають, співіснують разом. Визнаючи, що керовані екосистеми та інтенсивна експлуатація ресурсів визначають майбутнє, екологи повинні відігравати значно більшу роль в політиці та рішеннях, які впливають на навколишнє середовище.

Зв'язок між економічним зростанням та навколишнім середовищем є складним, проте неможливо заперечувати його наявність. Стосунки людей та природи можна відобразити через три основні парадигми економіки природокористування, які відображено на рис. 1.



*Рис. 1. Парадигми економіки природокористування \**

*\*Примітка: складено автором на основі джерела [1].*

В умовах ХХІ століття слід дотримуватися поєднання 1 та 2 парадигми, адже всі природні ресурси є обмеженими і не можуть використовуватись вічно. Також сполучення цих парадигм забезпечить оптимальний добробут населення. Проте людство здатне не тільки користуватися благами навколишнього середовища, а й забруднювати та руйнувати їх. Наприклад, вирубка лісів та забруднення Світового океану пластиком. Тепер вже нікого не дивує те, що люди говорять про екологію та її проблеми. Проте одною з основних проблем є те, що люди не звертають увагу на те, про що варто говорити кожного дня, або ж скоро про це забувають. Головні природні катаклізми, такі як зменшення опадів чи вирубка лісів, пожежі – це наслідок пагубного впливу місцевих чиновників, які в погоні за грошима вирубують ліси навколо Кіліманджаро, в Амазонії чи Карпатах. Візьмемо як приклад збільшення пожеж в лісах Амазонії [2], які виробляють 20% кисню, а також призупиняють глобальне потепління. У 2019 році кількість пожеж стала більшою, ніж в попередні роки, причиною чого стало те, що президент Бразилії дозволив фермерам та власникам домогосподарств вирубувати ліси, а ті у свою чергу для пришвидшення процесу почали їх спалювати. Як результат – масштабна пожежа та декілька країн в диму. Як наслідок – гектари спалено, смерть тварин (а ті, що вижили не зможуть бути без їжі та води), забруднення повітря, а також обговорення дій президента Бразилії, пропозиції санкцій. Імідж чиновника та країни зіпсовано, людство почало більше говорити про природокористування.

Ще одним моментом, на який потрібно звернути увагу – хто саме і що забруднює. Більшість людей звикло “говорити” про екологію з Америкою та Європою, проте взявши до уваги дослідження "River plastic emissions to the world's oceans" від організації "The Ocean Clean up" [3], зрозуміло, що говорити треба більше та з іншими країнами. Дослідники чітко оцінили й визначили, що топ 20 рік, які найбільше знищують океан, знаходяться в Азії. Загалом 122 ріки

(103 в Азії, 8 в Африці, Південній та Північній Америці та 1 в Європі) несуть з собою більше 90% пластику у Світовий океан. Однак, люди не пікетують посольства країн Азії, а продовжують тиск на країни Європи. Можливо, це робиться задля просування інноваційної ідеї “зеленого тарифу” [4] – механізму політики, який спрямований на прискорення інвестицій у технології відновлюваних джерел енергетики.

Іншим прикладом, та вже позитивним, є Швеція та її прогрес у переробці сміття [5], адже країні вдається використовувати 99% відходів і таким чином на сміттєзвалища потрапляє лише близько 1% сміття. Завдяки інноваціям, шведи забезпечують електроенергією 45% Стокгольма, а ще тисячі будинків теплом та електрикою. Тут є своє “але”, яке не дає Швеції досконалості іміджу екологічно орієнтованої країни. Ця переробка здійснюється шляхом спалювання сміття на сміттєпереробних заводах, які все ж частково забруднюють атмосферу, тому технологія є короткостроковою і варта перегляду, і все ж варта уваги інших країн.

Які заходи в інноваційній діяльності варто запроваджувати вже сьогодні для розвитку економіки природокористування?

- Зелена економіка як невід’ємна частина росту і збагачення держави;
- податки та тарифи за забруднення довкілля;
- інвестиції в науки, інституції, які досліджують очисні об’єкти, а також ті, які здатні розщеплювати пластик (наприклад, дослідження ферменту «петаза» [6], оскільки він здатен розщеплювати поліетилентерефталат - пластик (ПЕТ - пластик));
- введення в навчальних закладах, а саме школах, дисциплін з навчання сортування сміття, адже більшість людей не сортують відходи, бо не знають як;
- забезпечення міст пунктами прийому посортованого сміття усіх видів;
- обов’язкова економія енергії, води, використання енергозберігаючих ламп;
- при дозволі на будівництво обов’язковим пунктом зробити утеплення споруди;
- заборона вирубки лісів, жорсткий контроль за цим та великі штрафи;
- вчасне реагування на природні катаклізми.

Ці рекомендації щодо інноваційної політики держави та її інституцій зокрема, є актуальними для усіх країн, в тому числі і для України. На даний момент в Україні найбільшими екологічними проблемами [7] є вирубка прадавніх лісів, незаконне видобування бурштину, сміттєзвалища та відсутність переробних заводів, проблеми, пов’язані з головною рікою – Дніпром, а також наслідки війни на сході.

У висновку можна сказати, що екологічна орієнтованість держави стане перевагою, а також забезпечить щасливе і здорове життя майбутніх поколінь. Змінювати потрібно не клімат, а систему світу, щоб в подальшому життя на Землі принаймні існувало.

### **Список використаних джерел:**

1. Вікіпедія: Економіка природокористування. [Електронний ресурс] - URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Економіка\\_природокористування](https://uk.wikipedia.org/wiki/Економіка_природокористування) (дата звернення: 19.10.2019)
2. В Амазонії масово горять ліси. В чому причини пожежі? [Електронний ресурс] - URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/08/23/v-amazoniyi-masovo-goryat-lisy-v-chomu-prychyny-pozhezhi/> (дата звернення: 19.10.2019)
3. River plastic emissions to the world's oceans // Nature. – 2017. [Електронний ресурс] – URL: <https://www.nature.com/articles/ncomms15611> (дата звернення 18.10.2019)
4. Вікіпедія: Зелений тариф. [Електронний ресурс] - URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Зелений\\_тариф](https://uk.wikipedia.org/wiki/Зелений_тариф) (дата звернення: 20.10.2019)
5. Як Швеція досягнула утилізації 99% сміття та імпортує його з інших країн. [Електронний ресурс] URL: <https://ipress.ua/video/yak-shvetsiya-dosyagnula-utyilizatsii-99-smitty-ta-importuie-yogo-z-inshyh-krain-infografika-video-234612.html> (дата звернення: 19.10.2019)
6. Вчені випадково створили мутантний фермент, який допоможе вирішити проблему з відходами пластику. [Електронний ресурс] – URL: <http://www.global-analyt.com/noviny/vcheni-vypadkovo-stvorili-mutantnyi-f/> (дата звернення 18.10.2019)
7. На межі катастрофи. П'ять найбільших екологічних проблем України. [Електронний ресурс] – URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2019/10/22/7229683/> (дата звернення 23.10.2019)

**Рудик А.О.**, студентка

**Науковий керівник: Рудик Н.І.**,  
к.е.н., доцент, Східноєвропейський  
національний університет ім. Лесі  
Українки, м. Луцьк, Україна

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХОСТЕЛІВ В УКРАЇНІ**

Хостели дають можливість отримати послуги щодо розташування дешевше, ніж це може здійснити звичайний готель, що дає їм конкурентну перевагу і дозволяє розвиватися.

Згідно з ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Терміни та визначення» хостел – це засіб розміщення, в якому номери розташовані, як правило, за коридорною або блочною системою, та має умови для самостійного приготування їжі й санітарно-технічні зручності на поверсі або в блоці...» [1].

Відповідно до Закону України «Про туризм» хостели мають належати до категорії «аналогічні засоби розміщення» відносно до готелів. Це значить, що вони, як підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно з щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів, та повинні мати, як мінімум, шість номерів. Відповідно до української класифікації, хостел є одним із видів готелів, що не відповідає міжнародній класифікації засобів розміщення[2].

Майже всі хостели в розвинутих країнах об'єднані в хостельні мережі (міжнародних хостельних асоціацій), з них найбільш відомі ІУНА –(International Youth Hostel Federation) і їх партнер – мережа європейських хостелів – European Youth Hostel Federation [3].

International Youth Hostel Federation є найбільшою мережею хостелів. Картка цієї системи дає право отримання знижок в хостелах, акредитованих ІУНФ. Вона має статус неурядової некомерційної організації і працює під егідою ЮНЕСКО. Організація встановлює стандарти для засобів розміщення цього класу, розробляє навчальні програми.

Будь-хостел, акредитований ІУНФ, постійно проходить найретельнішу перевірку з неодноразовими приймальними комісіями і анонімними перевіряючими. Всі хостели ІУНФ відзначені логотипом Hostelling International (з ліжком і ялинкою в трикутнику) і практично у всіх по карті ІУНФ надається знижка 5-10% та гарантується пріоритетне поселення у високий сезон. Близько 400 хостелів ІУНФ об'єднані єдиною комп'ютерною системою резервування International Booking Network (IBN) [4].

Також існує мережа європейських хостелів – European Youth Hostel Federation. Рівень стандартів цієї мережі за чистотою і обслуговуванням клієнтів не нижче ІУНФ, але тут практично відсутні умови, що роблять проживання схожим на піонерський табір [5].

Проте діяльність та розвиток хостелів в Україні часто є суперечливою та неорганізованою. Офіційно в Україні працюють лише 30 % хостелів, решта 70% знаходяться в тіні. На сьогоднішній день не даного чіткого визначення поняття «хостел». Тому тих 30 % власників хостелів, оформляються як приватне підприємство беруть класифікатор видів економічної діяльності – на розміщення людей, на тимчасове проживання. У більшості випадків в тіні знаходяться квартирні хостели.

Оскільки відсутня законодавча база, то всі посилаються на Цивільний кодекс, згідно з яким, розміщувати у своєму житлі людей не забороняється [6].

Оскільки поняття «хостел» окремо не виділено, то підрахувати точну кількість хостелів в Україні станом на 2019 рік складно. На hotels24.ua зазначається, що в Києві – 61 хостел, у Львові – 52. За даними booking.com у Києві – 96 хостелів, у Львові – 81. Зовсім інша інформація на сайті hostelworld.com: у Києві – 36 хостелів, у Львові – 34.

Упорядкувати ситуацію допомогла б не тільки легалізація, але і справедливе оподаткування. В Асоціації хостелів Києва вважають неприйнятним, що і хостели, і 5-зіркові готелі платять однаковий податок. Як відомо, у Києві 0,4% від «мінімалки» стягується з внутрішнього туриста, 1% – з іноземного[7].

У процесі європейської інтеграції України зростає кількість бюджетних авіаперевізників, що у контексті з безвізовим режимом, буде збільшувати попит на недорогі хостели та викличе зростання їх кількості. Проте питання організованої діяльності хостелів залишається відкритим та створює проблеми у розвитку цієї діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги: ДСТУ 4268:2003: – чинний від 2004-07-01. – К.: Держстандарт України, 2003. – 12 с. – (Національні стандарти України) URL: [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id\\_doc=41636](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=41636)
2. Закон України «Про туризм» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>

3. EUFED URL: <http://www.eufed.org/>
4. Hostelling International URL: <https://www.yha.org.uk/places-to-stay/hostelling-international>
5. Хостели у світі URL: <https://hihostels.com.ua/uk/what-is-a-hostel/hostels-in-the-world>
6. В Україні 70% хостелів працюють у тіні – асоціація. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10569570-v-ukrajini-70-hosteliv-pracyuyut-u-tini-asociaciya.html>
7. Труднощі легалізації: чому в Україні страждають «білі» хостели. URL: <https://galfinance.info/ostanni-novini/18518.html>

**Салогуб В.,** студентка  
**Логінська І.,** студентка  
**Науковий керівник: Підкамінний І.М.,**  
к.е.н., доцент  
Київський національний торговельно-  
економічний університет, м.Київ, Україна

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄС**

На сьогоднішній день вступ України до Європейського Союзу є ускладненим через низку причин. На нашу думку, вагомою причиною є дещо пасивна інноваційна діяльність вітчизняних підприємств, що унеможливорює шанси на покращення їх конкурентоспроможності в умовах економічної глобалізації. Для багатьох країн інновації відіграють головну роль в економічному розвитку, оскільки є очевидною перевагою у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств, а їх вплив на виробничий процес є радикальним і комплексним.

Метою нашого дослідження є вияв шляхів для інноваційного розвитку економічної системи в цілому та механізмів їх впровадження в умовах євроінтеграції.

Отже, одним із найважливіших аспектів сучасної економіки найбільш розвинених країн світу є інноваційний, про що свідчить його переважання в економічному зростанні провідних країн світу. Порівнюючи розвиток вітчизняної науки та інноваційної діяльності з такими в ЄС (напр., у Швеції, Німеччині, Великобританії), а також у США, варто зазначити, що Україна загрозово наближається до стану економічно відсталої, неконкурентоспроможної країни [1].

Ми вважаємо, що в результаті євроінтеграції позиції України на світовому ринку будуть посилюватися внаслідок поступової зміни підприємствами моделі ведення бізнесу з консервативної – на інноваційну, а саме:

- прискорювати темпи технологічного оновлення та зменшення життєвого циклу продукції;
- використовувати інвестиційний глобалізм, що дає можливість підприємствам швидко переорієнтовувати фінансові ресурси на ринки, які сприяють зростанню їх конкурентного статусу;
- інвестувати в людський капітал;
- використовувати глобальний попит на високотехнологічну продукцію;
- здійснювати інтернаціоналізацію дослідницької діяльності [2].

Звичайно, важливу роль в підтримці інноваційної діяльності підприємств відіграє держава через різноманітні дослідницькі програми, які стимулюватимуть інвестування інноваційних проектів.

Державна політика України щодо інноваційної діяльності підприємств повинна охоплювати:

- фінансові аспекти: фінансування створення нових галузей, наукоємних виробництв за рахунок коштів державного бюджету; ініціювання створення та фінансування науково-дослідницьких програм, наукових центрів; надання безпроцентних чи пільгових позик; державне замовлення на інноваційні продукти; дотації за рахунок державного бюджету для визначених високотехнологічних галузей і виробництв; компенсація банківського процента, цілком чи його частини, у разі спрямування позики на фінансування інвестицій у технологічні інноваційні зміни;
- фіскальні пільги для дослідників: зниження ставок податку на прибуток підприємств; податковий кредит інноваційним підприємствам; звільнення від деяких відрахувань до бюджету; пільгова амортизація для інноваційних підприємств;
- інші правові, інфраструктурні, економічні та політичні інструменти підтримки інновацій: удосконалення законодавства про авторське право та патентні відносини; введення системи сертифікації та стандартів, що заохочує споживання інноваційних товарів; розвиток та підтримка дослідницької діяльності в системі освіти; створення державної інформаційної інфраструктури; надання державних замовлень підприємствам для гарантування компенсації витрат на фінансування інновацій.

Отже, перспективи подальшого розвитку інтеграції України та ЄС слід визначати з урахуванням можливостей потужного конкурентоспроможного національного інноваційного потенціалу та його взаємодії з європейським і світовим інноваційним простором на взаємовигідних умовах.

#### *Список використаних джерел:*

1. Жуков С. Інноваційна політика на шляху євроінтеграції: завдання і виклики для України / С. Жуков, О. Дюгованець // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - 2014. - Вип. 3. - С. 86-99.

2. Калініченко Л. Л. Інноваційна модель розвитку України в умовах євроінтеграційних процесів / Л. Л. Калініченко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 6(1). - С. 139-143.

**Судомир С. М.**, д.е.н., доцент  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут»  
м. Бережани, Україна

## **МЕТОДИКА ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

При формуванні системи забезпечення результативності інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств та управління нею, її динамічним

розвитком, ми надаємо великого значення формуванню інноваційної культури як соціальному механізму, яка охоплює: цінності, культуру організації, організаційну поведінку, організаційну взаємодію, соціальні норми поведінки, звичаї, традиції, способи забезпечення успіху та динамічного розвитку на інноваційній основі. Від рівня їх розвитку в соціально-економічних системах визначається і рівень готовності останніх забезпечувати своє функціонування в перспективі на конкурентноспроможно-інноваційній основі. Це підтверджується нашими емпіричними дослідженнями.

Аналізуючи літературні джерела, слід відмітити, що фактори впливу на інноваційну культуру окреслено досить поверхнево, відсутня критеріальна база їхньої оцінки тощо. Тому метою нашого дослідження є розроблення методики оцінки рівня інноваційної культури соціально-економічних систем.

Таким чином, рівень інноваційної культури нами визначатиметься за формулою:

$$P_{ik} = \frac{\sum_{i=1}^7 K_i}{7}, \quad (1)$$

де  $P_{ik}$  – рівень інновацій культури; цінності, культуру організації, організаційну поведінку, організаційну взаємодію, соціальні норми поведінки, звичаї, традиції, способи забезпечення успіху та динамічного розвитку на інноваційній основі.

$K_1$  – коефіцієнт рівня цінностей;

$K_2$  – коефіцієнт рівня культури організації;

$K_3$  – коефіцієнт рівня організаційної поведінки;

$K_4$  – коефіцієнт рівня організаційної взаємодії;

$K_5$  – коефіцієнт рівня соціальні норми поведінки;

$K_6$  – коефіцієнт рівня звичаїв та традицій;

$K_7$  – коефіцієнт рівня способу забезпечення успіху та динамічного розвитку на інноваційній основі.

Оцінку стану інноваційної культури організації за окремими критеріями доцільно проводити в коефіцієнтах за шкалою від 0 до 1.

Встановлено, що рівень готовності суб'єктів діяльності до проведення системних змін на інноваційній основі не є однозначним. Він коливається в нашому об'єкті дослідження від 0,3 коефіцієнта в підприємствах I групи до 0,6 коефіцієнта в III групі з високим рівнем готовності до проведення кардинальних змін, спрямувавши свої управлінські дії на формування інноваційного потенціалу в зростанні конкурентних переваг. Особливо це характерно для підприємств лідерського спрямування, в яких сформований інноваційний потенціал організаційної культури за такими критеріями як: система переконань, система сильних ціннісних орієнтацій, система активізації діяльності, система мотиваційного забезпечення, сформований професійний потенціал, розвинуті цінності-цілі, переорієнтація на нові цілі-засоби, розвиток інтелектуально-креативного мислення, розвинута атмосфера творчості і



згуртованості колективу, розвинутий інноваційно-організаційний та ціннісно-орієнтаційний стиль керівництва, потенціал готовності управлінської команди, колективу до проведення змін, поповнювати і розширювати свої знання, змінювати свої орієнтаційні погляди в напрямку задоволення потреб суб'єктів за інтересами та ін.

Інноваційна культура організації (підприємства чи установи) є складовою її потенціалу інноваційного розвитку, а також складовою її інтелектуального капіталу, що підтверджує важливу роль інноваційної культури у формуванні інноваційно-сприятливого середовища господарювання.

Інноваційний розвиток економіки потребує висококваліфікованих працівників в управлінні інноваційним процесом на всіх рівнях господарської системи. Досвід сьогодення показує, що відсутність креативного мислення та культури в суспільстві, глибоких інноваційних знань, ціннісних орієнтацій стримують його стратегічний розвиток. Особливе занепокоєння викликає неадекватність наявних знань керівників різних рівнів викликам глобальної економіки.

Нами проведено експертну оцінку рівня інноваційної культури в сільськогосподарських підприємствах Бережанського району за критеріями цінностей, культури організації, організаційної поведінки, організаційної взаємодії, соціальні норми поведінки, звичаїв та традицій, способу забезпечення успіху та динамічного розвитку на інноваційній основі, де встановлено середній рівень інноваційної культури, який коливається від 0,3 до 0,60 коефіцієнта.

Прямий зв'язок спостерігаємо між рівнем інноваційної культури та результативними показниками, де із збільшенням рівня інноваційної культури збільшуються результативні показники.

#### *Список використаних джерел:*

1. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. Результативна система управління розвитком підприємств: теорія, методологія : [монографія]. К.: ЦП «Компринт», 2017. 450 с.
2. Судомир С. М. Формування системи управління розвитком сільськогосподарських підприємств: теорія, методологія: [монографія]. К.: ЦП «Компринт», 2015. 483 с.

**Сілко А. Б.**, студентка  
**Науковий керівник: Підкамінний І. М.**,  
к.е. н., доц., Київський національний  
торговельно-економічний університет, м. Київ,  
Україна

### **ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ПРІОРИТЕТ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Сьогодні на нашій планеті гостро стоїть загроза глобальної екологічної катастрофи. Європейські країни вже сортують та перероблюють сміття, зменшують викиди в атмосферу та виробляють екологічні товари. Україна тільки на шляху до цього.

Щоб запобігти катастрофі важливим аспектом переходу до екологічної діяльності є впровадження екологічних інновацій для розвитку та розширення вітчизняного ринку екологічних товарів і послуг. Впровадження екологічних інновацій пов'язано з науково-технічним прогресом, що веде до якісних поліпшень в організації виробництва і забезпечує збільшення економічного, соціального або екологічного ефекту.

Екологічний фактор у світі набуває все більшого значення й одержує фінансову результативність і підтримку. У зв'язку з цим науковці та практики досліджують питання оцінки потенціалу для впровадження екологічних інновацій, практику ухвалення рішень у системі екологічного маркетингу, а також проблеми управління конкурентними перевагами продукту з властивостями екологічної чистоти.

До важливих інструментів, що активізують «зелене» зростання економіки, відносяться екоінновації. Вони визначаються як процес розробки і комерціалізації нових шляхів вирішення екологічних проблем через технологічні покращення. Йдеться про нові технології, спрямовані на мінімальний вплив на довкілля, усунення наслідків уже існуючого впливу та запобігання дисбалансу в екосистемах без підвищення рівня їх забруднення.

Упровадження нових підходів у сфері природокористування ґрунтується на використанні новітніх технологій та результатів науково-технічного прогресу. У науковій літературі до екотехнологій відносять: безпечне поводження з радіоактивними відходами і відпрацьованим ядерним паливом, нові і відновлювані джерела енергії, переробку й утилізацію техногенних утворень і відходів, зниження ризику та наслідків природних і техногенних катастроф тощо[1]. Йдеться про впровадження системи екологічного менеджменту та екологічного маркетингу, що сприяють взаємодії між економічним розвитком підприємства та захистом навколишнього середовища.

До екологічних інновацій можна віднести такі процеси :

- розроблення, створення і впровадження нових технологічних процесів і циклів, розроблення й погодженого розвитку всіх функціональних ланок з добутку ресурсів, їх перероблення, використання відходів і відтворення цих ресурсів;

- розроблення й використання ресурсозберігаючої техніки, розроблення і впровадження маловідходних і безвідходних технологій, що забезпечують комплексне освоєння природних ресурсів, розроблення біотехнології;

- освоєння нових територій, а також розширення тих, що діють, з урахуванням екологічної безпеки населення і виробництва;

- розроблення і випуск нових екологічно чистих продуктів, створення потужностей для їх виробництва, розроблення варіантів використання нових і поновлюваних джерел енергії;

- впровадження нових організаційних форм, включаючи удосконалення організаційно-територіальної структури потенційно небезпечних виробництв, з метою зниження їх екологічної небезпеки;

- формування нового мислення у новаторів з точки зору необхідності екологізації нових товарів, послуг і технологій шляхом впровадження обов'язкової екологічної освіти[2].

Виробники екологічних інновацій при оцінці їх шансів на ринковий успіх мають враховувати вплив факторів екологічного тиску й екологічного втягування. Зокрема, такі, як законодавчі обмеження, вимоги національних і міжнародних стандартів, ефективність витрат, екологічно орієнтовані акції громадськості, екологічна поінформованість суспільства тощо.

Однак існують радикальні екологічні інновації, які не мають прямих аналогів. Для цього типу інновацій рекомендується при аналізі попиту й оцінці ринкових перспектив урахувати такі фактори: критичний рівень споживчого капіталу, критичну придатність товару, критичний мінімальний рівень доходу, критичний рівень ризику, критичну кількість вільного часу в споживача. Швидкість подолання цих бар'єрів впливає на час, який необхідний для впровадження екологічної інновації на ринок, початку формування попиту й зростання продажу. Необхідно відмітити, що існують труднощі, які виникають на етапі розроблення екологічних інновацій. Вони полягають у тому, що:

- складно визначити навантаження, які чинять виробництво та продукція на довкілля;
- важко передбачити рамкові умови майбутньої утилізації відходів;
- зростаюча складність продуктів і способів виробництва утруднює утилізацію відходів;
- мають місце зростання кількості інновацій і скорочення часу їх впровадження;
- термін служби продукту зменшується, що суперечить екологічним цілям, тобто цілям тривалого терміну використання, ресурсозбереження і екологічно прийнятної утилізації відходів[2].

Необхідно зазначити, що економічний механізм забезпечення інноваційної-інвестиційної діяльності являє собою певний набір інструментів і важелів, які регулюють та стимулюють розвиток науки, технологій та інновацій в економіці. Загалом, світова практика передбачає широкий спектр таких механізмів, за допомогою яких забезпечується інноваційний процес як на національному, так і на міжнародному рівнях. На жаль, доводиться констатувати, що процес провадження інновацій у виробництво в Україні відбувається повільно та в незначних масштабах.

Сьогодні інвестиційно-інноваційна діяльність економіки повинна керуватися: високим рівнем знань, які наповнені духовно-моральним змістом, що вмотивований підвищенням життєвого рівня суспільства; раціональним природокористуванням і охороною довкілля; пошуком інновацій, які здатні замінити індустриальну, сировинну економіку факторами п'ятого та шостого технологічних рівнів. На сьогоднішній день такою ланкою стає саме інноваційний економічний механізм, тому що наріжною проблемою України є впорядкування різноспрямованих інтересів влади, бізнесу та громад. Своєю чергою, це потребує пошуку методів гармонізації відносин між суб'єктами господарювання.

Таким чином, одним із найбільш прийнятних шляхів розв'язання протиріч між економічним зростанням і збереженням стану навколишнього середовища слід вважати орієнтацію на інноваційний екологічно збалансований розвиток ринку екологічних товарів шляхом переходу на нові принципи управління ефективністю, використовуючи маркетингові орієнтири прийняття стратегічних рішень. Інноваційність у сфері екології має ґрунтуватися на розробці й використанні ефективних екологічно чистих безвідходних та маловідходних технологій, які сприяють зменшенню обсягів розсіюваних відходів та споживання первинних природних матеріальних ресурсів.

*Список використаних джерел:*

1. Горбач Л. М. Екологічні інновації як визначальний елемент нової моделі природокористування / Л. М. Горбач // Економіка природокористування і охорони довкілля. - 2013. - 2013. - С. 89-94. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/epod\\_2013\\_2013\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/epod_2013_2013_16)
2. Белякова О. В. Екологічні інновації – шлях розвитку ринку екологічно чистих товарів / О. В. Белякова // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. - № 4(2). - С. 268-272. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2011\\_4%282%29\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_4%282%29_38)

**Тарасюк М.Л.**, студентка  
**Хмурова В.В.**, к.е.н., доцент  
Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ, Україна

## **ПРОЕКТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

**Постановка проблеми.** В основі сучасних управлінських теорій, об'єктів досліджень, певних сфер діяльності лежить проектний підхід. Проектний підхід є особливо актуальним під час управління інвестиціями у сферах будівництва, нафтогазовидобутку, створенні та модернізації об'єктів інфраструктури, управлінні інноваційною діяльністю. Особливо активно проектний підхід поширюється під час реалізації інвестиційних та інноваційних проектів, що й зумовлює актуальність проблеми та необхідність ґрунтовного дослідження нових механізмів проектного підходу.

**Виклад основного матеріалу.** Перша угода, яка згодом отримала назву проектного фінансування, відбулася в 1930-і рр. у штаті Техас (США) щодо фінансування нафтовидобувної проектної компанії. У 1970–1990-і рр. проектне фінансування інтенсивно розвивалося в електроенергетиці та інших галузях суспільної інфраструктури, широко застосовувалося для фінансування світового поширення мобільної телефонії. Кожен проект характеризується параметрами, серед яких мета, вартість, бюджет і життєвий цикл проекту. Мета проекту визначає очікуваний результат реалізації проекту. Від того, наскільки конкретно сформульовано мету проекту, залежатиме тривалість життєвого циклу, вартість проекту, його ефективність. Бюджет проекту – це запланована сума інвестицій, що затверджена цільовим призначенням для реалізації проекту, то вартість проекту, що вимірюється фактичними витратами, може перевищувати цю суму

або бути меншою за неї. Як наслідок, у першому випадку компанії, яка реалізує проект, слід шукати і залучати додаткові інвестиційні ресурси. У другому випадку буде отримано економію, яка становитиме додатковий прибуток від реалізації проекту.

Під життєвим циклом проекту розуміють період від моменту зародження ідеї проекту до моменту досягнення мети, – тобто це послідовно виконувані стадії проекту: передінвестиційна, інвестиційна, експлуатаційна та завершення проекту. На передінвестиційній стадії проводиться проектний аналіз, щоб визначитись, якого обсягу фінансування потребує проект, хто може виступити інвесторами, спонсорами чи кредиторами проекту, кому буде цікава продукція (чи послуги), створена внаслідок реалізації проекту, яка його тривалість. Таким чином, під інвестиційним проектом розуміють комплекс дій (робіт, послуг, управлінських операцій і рішень), спрямованих на досягнення сформульованої мети, що вимагає здійснення інвестицій.

Серед інвестиційних проектів, які можна класифікувати за їх обсягами та сферою реалізації на малі, середні та великі, окремо виділяються дуже великі проекти, у реалізації яких зацікавлені не лише багато компаній, але й декілька країн. Такі великомасштабні проекти називаються мегапроектами, і вони потребують значних коштів для здійснення. Як правило, власних ресурсів ініціаторам проекту не вистачає, тому виникає потреба залучення інших джерел фінансування. Такі проекти потребують особливого фінансування, яке містить комплексні інвестиційні ресурси як стратегічних інвесторів (програмно-цільове фінансування з державних бюджетів країн, що задіяні в реалізації міжнародних проектів) та великих транснаціональних компаній так і кошти мажоритарних інвесторів (приватних інвесторів, які є власниками цінних паперів, випущених під реалізацію проекту). Таким чином, виникає новий механізм фінансування великомасштабних міжнародних проектів – проектне фінансування, який здатний до забезпечення їхнього самофінансування. Саме в таких випадках використання механізму проектного фінансування є доцільним. В умовах глобалізації він дозволяє долучати до фінансування великих за масштабами проектів інвестиційні ресурси банків, стратегічних небанківських фінансових посередників (інвестиційних компаній, недержавних пенсійних фондів), держави, юридичних та фізичних осіб, зацікавлених у реалізації проекту. Проектне фінансування – це фінансування великомасштабних довгострокових проектів (програм) розвитку та модернізації інфраструктури, промисловості, енергетики, інноваційних програм та проектів із використанням специфічних фінансових інструментів. проекту. Інакше кажучи, проектне фінансування – це така структура запозичень, повернення коштів при якій базується на першочерговому використанні грошових потоків, що генеруються проектом, а всі активи, права та вигоди є цінними паперами вторинного ринку і своєю чергою їх використовують як забезпечення. Проектне фінансування особливо привабливо для приватного сектора економіки, оскільки дає можливість позабалансового фінансування великих проектів. Цей механізм дозволяє їм реалізацію капіталомістких проектів в умовах обмеженого регресу. Це передбачає, що в разі невдачі кредитори мають

обмежене право переказати на позичальника відповідальність за погашення кредиту (зазвичай таке право обмежене вартістю майна, створеного завдяки залученим коштам під час реалізації проекту). Розроблений механізм поділу інвестиційних витрат, ризиків і винагороди між зацікавленими сторонами дозволяє підвищити ймовірність залучення необхідних коштів, що забезпечує вчасну реалізацію проекту.

Як правило, частіше проектне фінансування застосовується для нового проекту, ніж для вже створеного бізнесу (зазвичай використовують під час реструктуризації заборгованості). Джерело повернення вкладених коштів – прибуток від реалізації інвестиційного проекту. Частка залученого капіталу в загальному обсязі фінансування проекту становить 70–80% (великий «фінансовий важіль»). Найважливіша особливість проектного фінансування полягає в тому, що для реалізації конкретного проекту створюється спеціальна проектна компанія (SPV – special purpose vehicle, SPE – special purpose entity), яка залучає ресурси (не тільки грошові) для реалізації проекту, здійснює реалізацію проекту і розраховується з кредиторами й інвесторами проекту з коштів (грошового потоку), що генеруються самим проектом. Друга особливість проектного фінансування полягає в практичній відсутності активів для забезпечення повернення отриманих позикових коштів на початковому етапі інвестиційної стадії проекту. Забезпеченням повернення позикових коштів, що залучаються SPV, є грошовий потік, що генерується проектом. Виплати відсотків і основної частини боргу здійснюються завдяки грошовим потокам такого проекту. Таким чином, проектне фінансування дозволяє компаніям істотно знизити витрати з розвитку підприємства завдяки отриманню порівняно недорогих інвестиційних кредитів, оскільки в його основу покладена ідея фінансування завдяки доходам, які принесе проект у майбутньому.

**Висновки.** Отже, через брак масштабних інвестиційних проектів в Україні механізми проектного фінансування практично не використовують. Найбільш масштабні проекти в Україні фінансувалися шляхом об'єднання інвестиційних ресурсів декількох банків, але сьогодні, у зв'язку зі складною політичною ситуацією в країні та кризовим станом вітчизняної банківської системи, таких проектів у цивільній сфері майже немає. Втім, розвиток країни є неможливим без здійснення масштабних проектів із модернізації базових стратегічних галузей промисловості, інноваційних проектів в аерокосмічному комплексі, енергетиці, машинобудуванні, транспорті, аграрній сфері. Саме тоді виникне потреба в залученні значних інвестиційних коштів іноземних стратегічних партнерів (країн, транснаціональних компаній, банків, інвестиційних компаній тощо).

#### *Список використаних джерел:*

1. Esty, Benjamin C. Modern Project Finance Teaching Notes. New York : John Wiley & Sons, Inc., 2004.
2. Nevitt Peter K., Fabozzi Frank J. Project Financing / Nevitt Peter K., Fabozzi Frank J. – 7th Edition // ISBN 1 85564 791 5. Published 2000. – 498 p.
3. Сословський В. Г. Проектне фінансування в схемах : навч. посібник для самост. вивч. дисц. / В. Г. Сословський. – К. : «Новий Світ-2000», 2011.
4. Бардиш Г. О. Проектне фінансування : підручник / Г. О. Бардиш. – 3-тє вид., перероб. та доповн. – К. : «Хай-Тек-Прес», 2008. – 464 с.

**Ховрак І.В.**, к.е.н., доцент  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського, м.  
Кременчук, Україна

## **СВІТОВИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ЗВІТНОСТІ З СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

У світовому просторі вищої освіти важливість соціальної місії та соціальної відповідальності закладів вищої освіти є аксіомою. Саме тому університети активно реалізують різноманітні соціальні ініціативи, залучають до них значну кількість стейкхолдерів (студентів, викладачів, адміністративний персонал, роботодавців та представників місцевих громад), розробляють звіти з соціальної відповідальності та збалансованого розвитку. При цьому соціальна місія відображається у загальній місії закладу освіти. Варто додати, що окремі університети вже є учасниками спільноти GRI та розробляють звітність із соціальної відповідальності, у тому числі відповідно до стандартів GRI (табл. 1-2). GRI є незалежною міжнародною організацією, яка представила перший звіт про збалансований розвиток у 1997 році. Спільнота GRI є каталізатором прозорості, простором для обміну досвідом та історіями успіху. Приєднання до спільноти потребує натхнення призводити до позитивних змін в організації та суспільстві, співпраці з різними зацікавленими сторонами, сприяння поширенню місії та стратегії GRI.

Таблиця 1

### Університети-учасники спільноти GRI

Університет	Країна	Приєднання до спільноти
Arizona State University	США	2017-06-30
Centrum Católica Graduate Business School	Перу	2018-10-24
Fundación Universitaria del Área Andina	Колумбія	2015-03-06
Instituto Superior de Administracao e Economia (ISAE)	Бразилія	2015-03-03
Rotterdam University of Applied Sciences, Rotterdam Business School	Нідерланди	2019-02-04
Universidad Anáhuac - Centro IDEARSE	Мексика	2009-12-10
University of Amsterdam Business School	Нідерланди	2007-10-03

\* складено за даними джерела [1]

Станом на 24.10.2019 року, аналіз бази звітів GRI свідчить, що 157 закладів вищої освіти з різних країн розробили і розмістили 435 звітів. Представлені університети є різними за розмірам та освітніми програмами (104 великих, 5 середніх та 46 малих). При цьому з Африки всього 4 університети і 14 звітів (з них 23 за методикою GRI), з Азії – 22 університети і 26 звітів (з них 23 за методикою GRI), з Європи – 55 університетів і 151 звіт (з них 100 за методикою GRI), з Латинської Америки – 31 університет і 90 звітів (з них 74 за методикою GRI), з Північної Америки – 34 університети і 110 звітів (з них 17 за методикою GRI), з Океанії – 11 університетів і 44 звіти (з них 11 за методикою GRI). Варто додати,

що різною є динаміка формування і подання звітів з різні роки. Так, за 2018 рік в системі відсутні звіти, за 2017 рік наявні 15 звітів, за 2016 – 21 звіт, за 2015 рік – 18 звітів, за 2014 рік – 18 звітів, за 2013 рік – 11 звітів, за 2012 рік 9 звітів, за 2011 рік – 5 звітів, за 2010 рік – 4 звіти тощо. Тобто, не зважаючи на загальну значну кількість університетів, які розробляють звіти, основним негативним фактом є безсистемність їх розробки.

Таблиця 2

Університети, що розробляють звітність із соціальної відповідальності

Країна	Кількість університетів	Кількість звітів	Країна	Кількість університетів	Кількість звітів
Австрія	5	16	Оман	1	0
Австралія	10	37	Перу	3	4
Бангладеш	1	0	Південна Африка	3	12
Бельгія	3	8	Польща	1	1
Бразилія	7	34	Португалія	1	5
Великобританія	6	7	Республіка Корея	1	1
Гонгконг	1	2	РФ	2	2
Еквадор	1	0	Сінгапур	1	3
Індонезія	3	0	США	30	99
Іспанія	13	51	Тайвань	8	11
Італія	5	10	Туреччина	2	2
Камбоджа	1	0	Уругвай	1	0
Канада	4	11	Філіппіни	2	5
Колумбія	10	22	Фінляндія	4	17
Мексика	4	8	Франція	1	1
Нігерія	1	2	Чилі	6	22
Нідерланди	1	3	Швейцарія	6	16
Німеччина	5	10	Швеція	2	4
Нова Зеландія	1	7	Японія	1	2

\* складено за даними джерела [1]

Детальний аналіз представлених звітів засвідчив, що найбільша увага у звітах приділяється наступним блокам інформації: місія та ідентичність закладу, основна інформація про заклад, дієві практики створення сприятливого та інклюзивного середовища для студентів та працівників, оцінка впливу на регіон присутності та країну в цілому (надання інструментів сприяння вирішенню екологічних, соціальних та економічних питань).

**Список використаних джерел:**

1. GRI Standards Report Registration System (2019). Retrieved from: <https://www.globalreporting.org>



**Чучман Н.В.**, студент  
**Науковий керівник: Сур'як А.В.**,  
к.е.н., доцент, Східноєвропейський  
національний університет, ім. Лесі Українки,  
м.Луцьк, Україна

## **СУЧАСНА ГАЛУЗЕВА ПОЛІТИКА ТА ПРАКТИКА РЕГУЛЮВАННЯ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ**

Сучасний розвиток товарно-грошових відносин актуалізує необхідність вивчення ринкового механізму. Дослідниками спрямовувалось на аналіз недосконалість ринків товарів і послуг, що спонукає до появи розвитку теорії галузевих ринків, яка аналізує механізм спрямування діяльності виробників на задоволення споживчого попиту, визначає причини недосконалості ринку та з'ясовує ефективні механізми державного регулювання ринку. Галузевий ринок – це ринок взаємозамінної продукції, який, як правило, розглядається в межах функціонування державного соціально-економічного комплексу, що володіє закінченим циклом відтворення [1].

Сутність процесів в сучасній галузевій політиці та роль держави в їх здійсненні досліджують, а ще краще можна розглядати результати кадрового пошуку видатних українських вчених-економістів, як М. Кондратьєв, М. Туган-Барановський, Й. Шумпетер та ін [2].

В історії регулювання промисловості розрізняють два основні етапи. На першому етапі ухвалюються законодавчі акти, які встановлюють регулятивні повноваження щодо тих чи інших галузей. Після ухвалення законодавчого акту починається другий етап регулятивного процесу – впровадження цього акту. У деяких випадках спостерігається й третій етап регулятивного процесу – дерегулювання галузі. Зазвичай дерегулювання має вигляд ухвалення певного законодавчого акту, але на практиці інструментами в цьому процесі є судові органи та регуляторні агентства.

Законодавчі органи виконують у регуляторному процесі два основних завдання. По-перше, вони визначають, які бюрократичні агентства матимуть повноваження з регулювання тих чи інших аспектів галузі. По-друге, обмежують повноваження регуляторного агентства. Двома основними засобами впливу в процесі регулювання є контроль над цінами, а також контроль над входженням та виходом із галузі.

Сучасна галузева політика – система економічних цілей, стратегічних і тактичних завдань розвитку національних галузевих ринків, втілених у державних (урядових) програмах, інструментів та механізмів, які забезпечують їх вирішення.

Основними завданнями в сучасному управлінні галузевою політикою є: зростання обсягів виробництва, поліпшення якості продукції; вдосконалення галузевої структури; розробка та впровадження в діяльність суб'єктів галузевих ринків науково-технічних досягнень; посилення конкурентоспроможності галузей економіки; збільшення експортного потенціалу галузей; ефективне вирішення соціальних проблем [3].

Основними принципами системи державного регулювання галузевих ринків є такі:

- розумної достатності – державі підпорядковуються тільки ті економічні функції, які за жодних умов не можуть виконувати нижчі ланки господарської системи (виробники та інші суб'єкти ринкових відносин) унаслідок обмеженої компетентності;

- адекватності – система державних регуляторів галузевих ринків та системи їх застосування мають відбивати реально існуючий стан соціально-економічного розвитку;

- системності – командно-адміністративні регулятори доповнюються економічними.

Головною метою проведення галузевої політики є підвищення ефективності функціонування ринків шляхом:

- підвищення конкурентоспроможності галузей економіки;

- оптимізації рівня конкуренції шляхом створення сприятливих умов для змагальної діяльності, а саме нових технологій, товарів та видів діяльності, інноваційної діяльності, зменшення витрат на виробництво;

- оптимізації поведінки учасників ринку на основі незалежного прийняття рішень суб'єктами господарювання: зменшення галузевих бар'єрів, розвиток ринкової інфраструктури; поширення інформації.

Напрями удосконалення галузевої політики формуються:

- за сферами: види економічної діяльності;

- за часом дії: довго-, середньо- та короткострокові;

- за політичною та соціально-економічною значущістю: стратегічні, тактичні, пріоритетні.

Для удосконалення галузевої політики використовуються прямі та непрямі методи регулювання галузевих ринків. Серед прямих методів: система регулювання цін, кількості товарів, входження в ринок або виходу з нього, обмеження дохідності, ліцензування, квотування тощо [3].

Прямі методи регулювання галузевих ринків, які охоплюють широкий спектр рішень фірми, можна систематизувати у три основні групи, що стосуються ціни, обсягів виробництва і продажу та кількості фірм.

Ефективне функціонування галузевих ринків цілком залежить від правильного вирішення суперечності між саморегулюючими ринковими механізмами та застосуванням державного регулювання.

Регулювання цін передбачає встановлення певної ціни, за якою фірми мають продавати свою продукцію, або встановлення певного діапазону, в межах якого фірма може призначати ціну. Наприклад, держава може встановлювати максимальну ціну на ринку, де існує компанія-монополіст, яка призначає занадто високу ціну. Якщо фірма, діяльність якої регулюється, має нерегульованих конкурентів, регуляторне агентство може також контролювати хижацькі дії фірми-монополіста, тобто запобігати встановленню таких цін, що витісняють конкурентів із ринку, шляхом встановлення не лише максимальної, але й мінімальної ціни [3].

Кількість фірм на ринку регулюється шляхом установлення обмежень на входження на ринок і виходу з нього. Входження на ринок можна регулювати, по-перше, для державних підприємств, коли в умовах дерегулювання галузевого ринку дозволяється входження на ті ринки, вхід на які раніше був блокований із боку держави, по-друге, для існуючих регульованих фірм. Основою для регулювання виходу з ринку є прагнення регуляторних агентств забезпечити надання послуг широкому колу споживачів, ніж це можливо за умов вільного ринку. Досягнення цієї мети може передбачати обслуговування регульованими фірмами неприбуткових ринків і появу потреби в регуляторних заходах, які б не дали їм змоги піти з ринку без згоди регуляторного органу [3].

Зовнішньоекономічне регулювання спрямоване на посилення конкурентоспроможності галузевих ринків на основі визначення експортних, імпорتنих тарифів і квот, здійснення антидемпінгового контролю; посилення конкурентоспроможності вітчизняних фірм на світових ринках шляхом субсидювання експорту; протидію монопольній владі іноземних фірм [3].

Таким чином можемо стверджувати, що державна галузева політика на практиці:

- здійснюється на принципах: достатності, системності, цілісності;
- поєднує прямі та непрямі методи регулювання відносин на галузевих ринках;
- здійснюється за допомогою інструментів антимонопольної, бюджетно-податкової, інвестиційної, структурної, антикризової та зовнішньоекономічної політики.

Узагальнюючи, можна визначити основні характеристики реалізації практики галузевої політики на національному рівні та на сучасному етапі:

- вона є частиною загальної економічної політики, спирається на цільові пріоритети, головні напрями і завдання розвитку країни;
- головними цілями є: підвищення ефективності функціонування ринків; оптимізації рівня конкуренції шляхом створення сприятливих умов для змагальної діяльності, а саме нових технологій, товарів та видів діяльності, інноваційної діяльності, зменшення витрат на виробництво; оптимізації поведінки учасників ринку на основі незалежного прийняття рішень суб'єктами господарювання: зменшення галузевих бар'єрів, розвиток ринкової інфраструктури; поширення інформації;

#### *Список використаних джерел:*

1. Вашків О.П. Галузева структура національної економіки України та постіндустріальна економіка. / О.П. Вашків // Перспективи розвитку національної економіки: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції [Запоріжжя, 9-10 вер. 2016 р.] / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2016. – С. 14-17.
2. Державне регулювання економічного розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=DOC/2002/02edmrrer.zip](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=DOC/2002/02edmrrer.zip).
3. Економіка галузевих ринків [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

**Якимчук А.Ю.**, д.е.н., професор,  
Національний університет водного  
господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна,

**Якимчук О. Ф.**, керівник групи розрахунків  
відділу бізнес-систем департаменту  
інформаційних технологій та телекомунікацій  
ПрАТ «Рівнеобленерго», м. Рівне, Україна

### **ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО- ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ В УМОВАХ ЗМІНИ КЛІМАТУ**

Нині в умовах динамічних політичних подій, військової агресії, ще більш актуальними стануть проблеми кібербезпеки, цензури та контролю Інтернет, що стає полем бою соціальних, технологічних, політичних утворень, включаючи відносини між державами й їх громадянами, урядами, комерційними структурами тощо. До цього напрямку належить реалізація та підтримка систем критичної інфраструктури. Тому формування єдиного повноцінного механізму функціонування еколого-економічної безпеки в умовах кліматичних змін набуває усе більшої необхідності. З огляду на це в умовах становлення інформаційного ринку проблемними залишаються питання державної підтримки, яка за допомогою економічних і правових важелів повинна стимулювати інформаційний прогрес шляхом прийняття низки законів й нормативних документів зі проблем інформатизації, сертифікації програмних продуктів, інформаційних технологій.

Обґрунтовано засади формування нового механізму державного управління інформаційним забезпеченням еколого-економічної безпеки (рис. 1). Зазначені механізми є переважним чином методами впливу як державних, так й недержавних інституцій. Складовими елементами такого механізму є механізм державного регулювання, механізм муніципального управління й механізм громадського впливу. Запропоновано до системи механізмів державного управління інформаційним забезпеченням еколого-економічної безпеки включати такі складові як: суб'єкт, об'єкт, мета, завдання, цілі, принципи, методи, адміністративні, організаційні, економічні, нормативно-правові, соціально-психологічні, інформаційні інструменти й технології управління, засоби впливу та контролю. У органічній єдності цих елементів формуються ефективні механізми державного управління інформаційним забезпеченням еколого-економічної безпеки в Україні, що враховують постійні зміни клімату й повністю відповідають концепції сталого розвитку.

Запропонований механізм державного управління повинен стати упорядкованим та послідовним використанням органами державної влади ком-

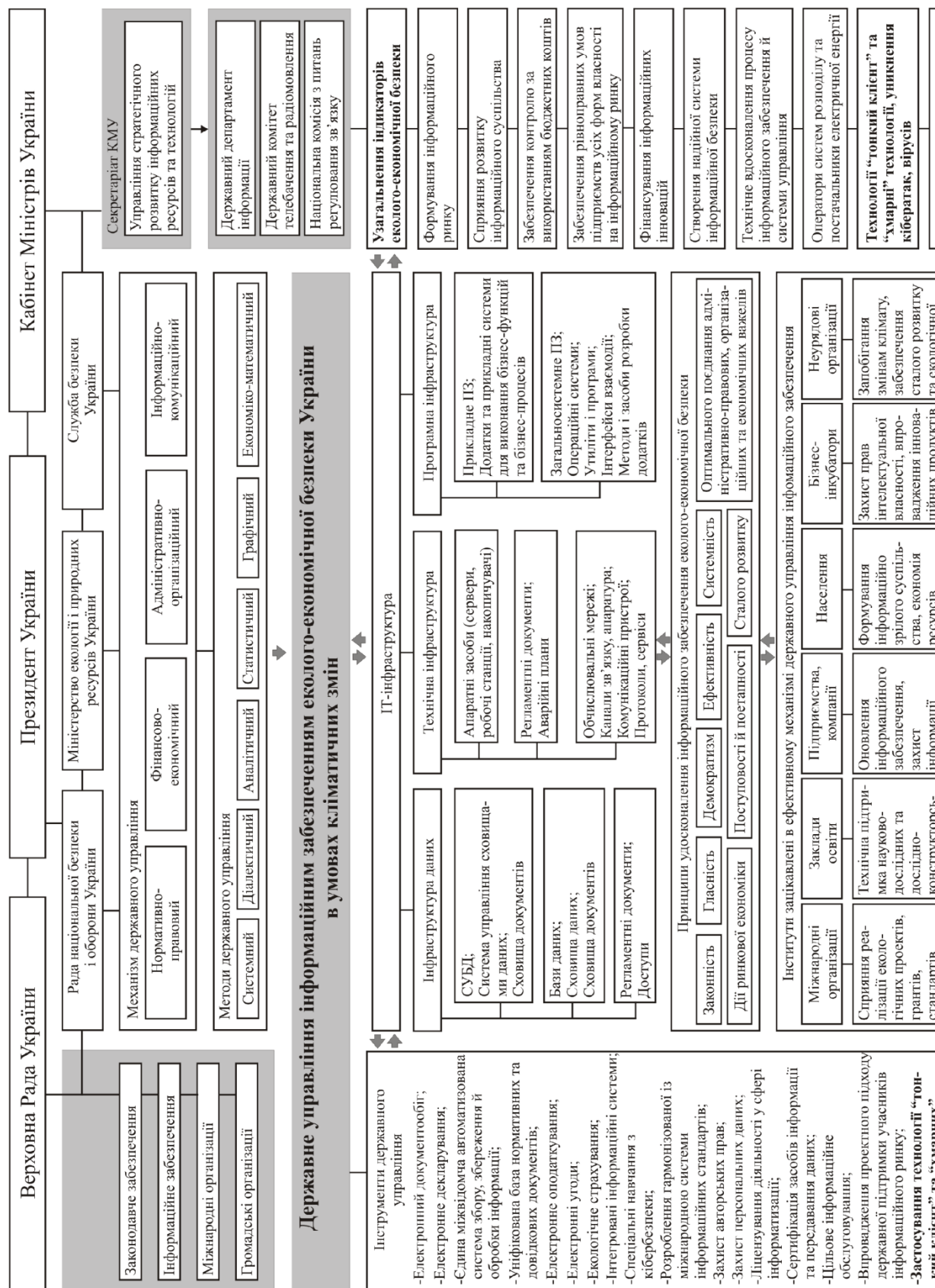


Рис. 1. Механізм державного управління інформаційним забезпеченням еколого-економічної безпеки України

плексу способів, методів та важелів, інструментів впливу на основі запропо- запропонованого переліку принципів державного управління задля досягнення цілей сталого розвитку й підвищення рівня національної безпеки держави,

формування дієвої державної політики у сфері розвитку інформаційного забезпечення еколого-економічної безпеки.

Цифрова доба об'єднає людство, створить не лише загальне інформаційне, але й культурне, економічне і політичне середовище. На сучасному етапі важливо зробити держави максимально відкритими, демократичними та правовими, утвердити принципи інформаційного суспільства. Уряди повинні виявити винахідливість у розподілі навантаження таким чином, щоб це завдання було вирішено якнайшвидше і якнайефективніше. Нагородою стане інтерактивна мережа, що об'єднуватиме людей і відкриватиме нові горизонти у сфері освіти, комерційної діяльності й загалом у повсякденному житті громадян.

**Список використаних джерел:**

1. Розвиток національного ринку інформаційних послуг як об'єкта державного регулювання / Ю. Луцик // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. - Вип. 240, Т. 4. - Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. - С. 1005-1012.
2. Michalczyk L. Funkcja informacyjna inżynierii rachunkowości – «Pieniądze i Więź», nr 1 (50)/2011, s.115-132.
3. Данильченко Л.С. Нерівномірність поширення сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та природа цифрового розриву / Л. С. Данильченко // Вісник Сумського національного аграрного університету. - 2008. - № 12/2 (34). - С. 91-97.
4. Daly, H. E. and Cobb, J.B. "Appendix: The Index of Sustainable Economic Welfare" in H.E.Daly and J.B.Cobb For the Common Good: Redirecting the Economy Toward Community, the Environment, and a Sustainable Future, 2nd ed. Boston: Beacon Press, 1994.
5. Тарабан С. В. Умови і чинники якості управлінського рішення [Електронний ресурс] / С. В. Тарабан // Теоретичні та прикладні питання державотворення. – 2008. – Вип. 2. - Режим доступу до журналу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2008-2/08tsvyur.htm/odyframe.htm>.
6. Твердохліб О.С. Інформаційний державно-управлінський ресурс: сутність та класифікація [Електронний ресурс] / О.С. Твердохліб // Теоретичні та прикладні питання державотворення. – 2009. – Вип. 4. - Режим доступу до журналу: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2008-4/R\\_3/09tosstk.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/tppd/2008-4/R_3/09tosstk.pdf).

**Ярема Л.В.**, к.е.н., доцент  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут», м. Бережани, Україна  
**Квік М.М.**, студент  
**Науковий керівник: Ярема Л.В.**,  
к.е.н., доцент, ВП НУБіП України  
«Бережанський агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Україна

## **УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Перехід до сталого розвитку – це процес зміни ціннісних орієнтацій багатьох людей. Визнаними міжнародними фундаментальними цінностями розвитку є свобода, рівність, солідарність, толерантність, повага до природи, спільна відповідальність. Національні цілі сталого розвитку базуються на політичних, економічних, соціальних, екологічних, моральних і культурних

цінностях, властивих українському суспільству. Вони визначають спрямованість стратегії на турботу про спільне благо та захист національних інтересів України.

Сталість являє собою здатність соціальної системи протистояти деструктивним викликам глобалізаційного розвитку. Виходячи з цього сталість не лише не заперечує мінливість, стабільність та стійкість системи, а й посилює максимальну впорядкованість процесу змін стану системи.

У межах цього дослідження принципово важливо чітко розмежовувати категорії "сталості" та "стабільності". Стабільність, на відміну від сталості, "характеризує високий ступінь динаміки, неминучість змін при достатньо високому рівні їх упорядкування" .

"Стабільність характеризує здатність системи забезпечити назрілі, необхідні для її самозбереження зміни, компенсуючи їх таким чином, щоб втрати окремих елементів або характеристик не створювали загрози для виживання системи в цілому" [1].

Аби система розвитку світу мала можливість ефективно функціонувати, вона має змінюватись залежно від зовнішніх та внутрішніх умов та факторів, проте такий процес завжди з необхідністю має забезпечувати певну сталість у функціонуванні такої системи. Це свідчить також і про те, що необхідним елементом сталості є досягнення стабільності. Стабільність слід розглядати як тимчасовий процес у функціонуванні системи, тоді коли сталість має більш стратегічний характер, і саме тому вона більш адекватно може охарактеризувати функціонування системи державного управління в умовах глобальної інтеграції.

Стратегічне бачення сталого розвитку України ґрунтується на забезпеченні національних інтересів та виконанні міжнародних зобов'язань України щодо переходу до сталого розвитку. Такий розвиток передбачає:

- подолання дисбалансів в економічній, соціальній та екологічній сферах;
- трансформацію економічної діяльності, перехід на засади «зеленої економіки»;
- побудову мирного та безпечного, соціально згуртованого суспільства з належним врядуванням та інклюзивними інституціями;
- забезпечення партнерської взаємодії органів державної влади, органів місцевого самоврядування, бізнесу, науки, освіти та організацій громадянського суспільства;
- повну зайнятість населення;
- високий рівень науки, освіти та охорони здоров'я;
- підтримання довкілля в належному стані, який забезпечуватиме якісне життя та благополуччя теперішнього і майбутніх поколінь;
- децентралізацію та впровадження регіональної політики, яка передбачає гармонійне поєднання загальнонаціональних і регіональних інтересів;
- збереження національних культурних цінностей і традицій [2].

Сталий розвиток покликаний забезпечити високий рівень та якість життя населення, створити сприятливі умов для діяльності нинішнього та майбутніх поколінь та припинення деградації природних екосистем шляхом впровадження

нової моделі економічного зростання, що базується на засадах сталого розвитку. Досягнення цієї мети відповідає світоглядним цінностям і культурним традиціям українського народу та міжнародним зобов'язанням України [3].

Забезпечення сталого розвитку передбачає узгодженість розроблених планів розвитку економічної, екологічної та соціальної сфер життєдіяльності на місцевому та державному рівні на основі збалансування повноважень і відповідальності органів влади для стимулювання ефективного використання потенціалу територій країни. У перспективі реалізація зазначених заходів сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності, розвитку людських ресурсів та ресурсного потенціалу, забезпеченню міжрегіонального та міжнародного співробітництва, створенню умов для розроблення і здійснення стратегії соціально-економічного розвитку. Розроблення та якість виконання стратегій розвитку на довгострокову перспективу, відіграватимуть фундаментальну роль їх сталого розвитку в контексті визначених стратегічних пріоритетів на рівні окремих територій країни.

**Список використаних джерел:**

1. Войтович Р. Шляхи забезпечення сталого розвитку в умовах глобальної інтеграції. Філософія, методологія, теорія та історія державного управління. URL: [file:///C:/Users/ZaRoZa/Desktop/znfnadu\\_2012\\_1\\_3.pdf](file:///C:/Users/ZaRoZa/Desktop/znfnadu_2012_1_3.pdf)
2. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року. URL: [https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP\\_Strategy\\_v06-optimized.pdf](https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf)
3. Концепція сталого розвитку населених пунктів URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1359-14>.

**Яричевська Я. І.**, студентка,

**Косар Н. С.**, к. е. н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

## **ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ТРИКУТНИКА КАРПМАНА В ЕКОЛОГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ**

Екологічний маркетинг - це різновид маркетингової концепції, що спрямований на задоволення екологічних необхідностей і потреб людства. Згідно найпоширенішого його тлумачення, запропонованого Ж. Оттоман, екологічний маркетинг являє собою діяльність підприємств, яка спрямована на виготовлення екологічно безпечних товарів, формування попиту на них, приведення усіх ресурсів підприємства відповідно до існуючих вимог та наявних можливостей на ринку з метою отримання прибутку без нанесення шкоди довкіллю [1]. Задля забезпечення бажаного результату він повинен базуватися на вивченні людської психології.

Трикутник Карпмана – це модель, що застосовується у психології задля ідентифікації та інтерпретації соціальних інтеракцій (транзакцій). Згідно теорії транзакційного аналізу, у людського «Я» існує три іпостасі, до яких належать: Батько – іпостась, що формується згідно поведінки батьків та інших авторитетів, сформованих у дитинстві; Дитина – іпостась, що відповідає за емоції та творчість



особистості та Дорослий, який відповідає за дослідження та аналіз навколишнього середовища. Ролей у сценарії транзакційного аналізу три – Переслідувач, Жертва та Рятівник, причому Переслідувач – це не завжди негативна роль, а Рятівник – не завжди позитивна. Як частина Драматичного трикутника (інша назва трикутника Карпмана) індивід обирає для себе роль, яка може визначатися не лише попереднім досвідом, але й станом «Я», який найбільше підходить до психоемоційного стану людини в момент входу в сценарій. Для кожної з вищезазначених ролей характерні певні почуття. Для Переслідувача основною емоцією є праведне обурення; для Жертви - внутрішня метушня та паніка, певна образа на ситуацію чи іншого індивіда; для Рятівника — співчуття та почуття обов'язку, відповідальність за долю та вчинки інших людей. При зміні ролі у трикутнику Карпмана індивід завжди переживає інтенсивну зміну емоцій. Тривалість знаходження особи в одній ролі є різною - від декількох с до декількох років [2].

Транзакційний аналіз включає 4 види аналізу [3]:

- структурний аналіз – аналіз окремого індивіда;
- аналіз транзакцій – аналіз взаємодій між індивідами;
- аналіз ігор – аналіз прихованих транзакцій, які призводять до розплати;
- аналіз сценарію – аналіз індивідуального життєвого сценарію, який люди несвідомо наслідують.

У транзакційному аналізі діють три основні принципи, запозичені із філософії:

- усі люди «нормальні», що означає, що кожен індивід є важливим та має право на повагу;
- люди можуть мислити;
- люди є творцями своєї долі, що означає, що за наявності бажання, індивід здатен змінити рішення, а отже і життя.

Знаючи про ці стани, вміючи їх аналізувати та використовувати, можна доволі легко та непомітно маніпулювати людьми. Цілком логічно, що транзакційний аналіз можна використовувати і у екологічному маркетингу.

Зазвичай соціальна реклама, що використовується в рамках екологічного маркетингу ретельно пропрацьована психологами – моделі в одязі зі сміття, кити, які помирають на березі океанів як заходи до яких вдаються ГО, лаконічні, проте емоційні тексти від копірайтерів як опис екологічно чистого товару на сайті виробника або ж, за версією українського Фейсбуку, тендітна 16-ти річна шведська школярка, що вийшла на страйк, замість того, щоб піти в школу. Проте використання транзакційного аналізу дозволяє не лише викликати миттєву емоцію у споживача, а залучити його у постійний та звичний сценарій, де декорації – не рідний дім, сім'я та друзі, а увесь світ і цей конкретний «зелений» товар та його виробник. Трикутник Карпмана, що використовується у такий спосіб, як жоден інший психологічний метод, дозволяє забезпечити довгострокову лояльність споживачів. З легкістю можна зіграти на відчутті відповідальності, співчутті, виставити споживача і «Жертвою» жорстокого світу і

байдужих урядів, і «Рятівником» планети і майбутнього людства, і «Переслідувачем» «невірних», себто забруднювачів довкілля. Подібний сценарій можуть використовувати усі суб'єкти екологічного маркетингу: виробники екологічно чистих товарів (великі корпорації та сімейні бізнеси), посередники, громадські організації та активісти, уряди тощо. В якомусь сенсі, соціальна екологічна реклама в багатьох випадках впроваджує транзакційний аналіз в своїй діяльності. Соціальна реклама в екологічному маркетингу здатна вирішити екологічні проблеми та допомогти в досягненні цілей сталого розвитку. Наприклад, реклама, створена WWF у 2018 р. Тут були зображені рука, де замість відрубаного пальця – дерево, людина, що замітає сміття під «килим» із асфальту, архіпелаг у формі долоні, що тоне... Тим не менш, цього недостатньо. Маркетинг – це комплексне вирішення проблеми, а отже транзакційний аналіз слід впроваджувати не лише в рекламу (точніше у білборди та «меседжі»), але й застосовувати у державному регулюванні та діяльності міжнародних організацій, які приймають декларації, в роботі над створенням та просуванням (у маркетинговому сенсі цього слова) кліматичних угод тощо. До прикладу, можна зосередитися на тому, що оскільки всі люди «нормальні» - вагомі та важливі, навіть невеликий вплив кожного може внести свій вклад у покращення екології. Підтвердженням того, що це працює, свідчить опитування, проведене авторами серед 121-го жителя м. Львова та Львівської області, де на прохання обрати твердження, яке респонденти вважають найбільш відповідним серед варіантів: «Навіть незначні зусилля кожної людини можуть значно покращити екологічну ситуацію в світі», «Навіть якщо кожна людина в світі докладатиме значних зусиль, це ніяк не вплине на екологічну ситуацію в світі», «Лише спільними зусиллями можна змінити екологічну ситуацію в світі», 74,2% респондентів обрали варіант «Навіть незначні зусилля кожної людини можуть значно покращити екологічну ситуацію в світі». Це свідчить про те, що маркетингова стратегія, побудована на концепції транзакційного аналізу буде дієвою та матиме значний ефект.

Оскільки всі люди мають здатність мислити і є єдиними істотами на планеті, хто на це здатен, то вони несуть найбільшу відповідальність за все, що на Землі відбувається. Важливо також акцентувати увагу на тому, що люди несуть відповідальність за те, що зробили їх предки і за те, яку Землю вони передадуть своїм нащадкам (це доволі ефективно використовує у своїй промові для ООН відома шведська активістка Грети Тунберг). Слід об'єднати всіх людей, незалежно від того чи основне забруднення на теперішній час спричинено індустріальним розвитком європейських країн та країн Північної Європи чи розвинених азійських країн, оскільки не дискусії, а узгоджені дії приведуть до певного результату. Людина, що має здатність мислити, повинна акцентувати увагу не на тому, кого можна звинуватити і на кого перекинути відповідальність, а як вирішити проблему. Найбільші зусилля слід зацентувати на тому, що люди самі визначають власну долю і тому при бажанні можуть змінювати свої рішення і своє життя, що буде значним підсиленням твердження про здатність кожної людини незначними зусиллями змінити стан довкілля. При сучасних тенденціях

персоналізованого маркетингу завдяки big data застосувати концепцію транзакційного аналізу в екологічному маркетингу неважко, адже можна здійснювати персоналізовану взаємодію із людьми.

**Список використаних джерел:**

1. Тендюк А. О. Методичний підхід до впровадження екологічного маркетингу на мезо та мікрорівнях. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1955> (дата звернення: 03.10.2019).
2. Берн Е. Ігри, в які грають люди, люди. URL: [http://loveread.ec/view\\_global.php?id=2086](http://loveread.ec/view_global.php?id=2086)(дата звернення: 07.10.2019).
3. Стюарт Й., Джонс В. Современный транзактный анализ. Санкт-Петербург, 1996. 332 с.

## СЕКЦІЯ II

### Проектне фінансування та управління інноваційним розвитком підприємства

**Ананевич Н. П.**, студентка  
**Науковий керівник: Баришевська І. В.**,  
к.е.н., доцент, Миколаївський національний  
аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

## НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Одним з важливих питань сучасності виступає розвиток інновацій в Україні, дослідження його особливостей, переваг, проблем і роль у майбутньому.

Під поняттям «інноваційний розвиток» розуміють вдосконалення об'єкта або цілої системи за допомогою інновацій. Загалом, інноваційний розвиток являє собою зміни, які спрямовані на оновлення та якісний ріст ефективності процесів або продукції, що супроводжується переходом на новий рівень системної організації [1].

Головна мета інноваційного типу розвитку полягає в отриманні максимального економічного ефекту від кожної одиниці впровадженого і перетвореного на товар винаходу та ідеї. Можна стверджувати, що в даний час в Україні державної інноваційної політики не існує. Разом з тим інтелект і знання є одним з головних резервів країни, причому єдиним відновлюваним ресурсом. Для його застосування у країні є головне - це освічені кадри та наука, але, на жаль, вони практично не використовуються, тому що немає внутрішнього попиту на інтелект і нове знання, немає інфраструктури, яка цей попит забезпечить [2].

Основними правовими документами, що регулюють інноваційну діяльність є Конституція України, Господарський кодекс, Закон України "Про інноваційну діяльність", Закон України "Про пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні", Закон України "Про інвестиційну діяльність", Закон України "Про наукову і науково-технічну діяльність", Закон України "Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків" та інші нормативно-правові акти.

Крім наведених, можна назвати ще чимало законодавчих актів, які формують правову основу сприяння інноваційній діяльності в державі, тобто створено законодавчу базу для здійснення і розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності. Існуюча нормативно-правова база державного управління має досить виразні ознаки постійного вдосконалення, але результативність її

впливу на розвиток інноваційних процесів ще недостатня. Зміни, які сталися в науковій системі України за останні роки, в основному відповідали умовам жорсткої державної консервативної політики, за якою інноваційна сфера не стала пріоритетною в системі державної підтримки. Наслідком реалізації такої політики є відставання України від держав, які здійснюють прогресивну або наступальну науково-технічну та інноваційну політику [3].

Чинна законодавча база інноваційного розвитку не відповідає сучасним вимогам і практично не впливає на темпи розвитку, правове регулювання інноваційної діяльності в Україні носить громіздкий, суперечливий і взаємодоповнюючий характер у різних нормативно-правових актах, тому вимагає уніфікації та гармонізації з нормами європейського законодавства. У ній залишається низка невирішених питань: стимулювання інноваційної діяльності та витрат на наукові дослідження і розробки, формування інноваційних венчурних фондів, реалізації політики інноваційних пріоритетів держави, використання для цього можливостей і переваг програмно цільового підходу [4].

За останні роки не було реалізовано заходів у рамках інноваційної політики щодо поліпшення бізнес-середовища, стимулювання компаній до інновацій, розвитку різних інструментів підтримки технологічної модернізації, однак за наявності окремих поліпшень зберігається фрагментарність і нестійкість загального прогресу в даній сфері. До ключових проблем у формуванні й реалізації державної інноваційної політики в Україні належать такі:

- недостатня якість бізнес-середовища, збереження нерозвиненості умов для справедливої конкуренції на ринках, а також за одержання державної підтримки;

- збереження значних бар'єрів для поширення в економіці нових технологій, обумовлених відсутністю державної технологічної політики й неефективним галузевим регулюванням, включаючи процедури сертифікації, митне і податкове адміністрування;

- недостатність зусиль регіональної й місцевої влади щодо поліпшення умов для інноваційної діяльності;

- взаємодія бізнесу й держави у формуванні й реалізації інноваційної політики поки що не має регулярного характеру, не забезпечує збалансованого вираження інтересів різних інноваційно-активних підприємств, особливо в нових секторах, що формуються;

- недостатня ефективність інструментів державної підтримки інновацій: обмежена гнучкість, нерозвиненість механізмів розподілу ризиків між державою й бізнесом, слабка орієнтованість на стимулювання зв'язків між різними учасниками інноваційних процесів на формування й розвиток науково-виробничих та технологічних партнерств [5, с. 24].

Перехід до дієвої державної політики інноваційного розвитку України є одним із першочергових завдань державного управління [2].

Інноваційний розвиток напряму залежить від досконалості правового регулювання інноваційної діяльності, яке наразі не має жодних тенденцій до подальшого використання.

### **Список використаних джерел:**

1. Інноваційний розвиток у сучасному світі: основні підходи до вивчення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10\\_gorbach.htm](http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_gorbach.htm)
2. Інноваційний розвиток економіки України: проблеми та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2166>
3. Стан нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності в машинобудуванні України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://personal.in.ua/article.php?ida=299>
4. Проблеми нормативно-правового регулювання інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://magazine.faaf.org.ua/problemi-normativno-pravovogo-regulyuvannya-innovaciynoi-diyalnosti.html>
5. Федулова Л. Концептуальні модель інноваційної стратегії України / Л. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 1. – С. 87-100.

**Баган Н.В.**, аспірант  
**Потяженко О.М.**, студентка  
Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава, Україна

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Інноваційний характер виробництва є одним з найвагоміших факторів, що визначають успішність діяльності підприємства в ринковому середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоспроможність.

Як свідчить практика, стратегічний успіх підприємства залежить від реалізації стратегій його інноваційного розвитку. Впровадження будь-якої стратегії вимагає певних змін на підприємстві, а запровадження змін стикається з опором і численними проблемами та перешкодами. Мистецтво стратегів полягає не тільки у формулюванні гарної стратегії, але і в успішному управлінні процесом стратегічних змін і розвитком підприємства [1].

Важливою характеристикою сьогодення є не тільки активний розвиток НТП у технічній сфері, але й поява вагомих інновацій в економічній сфері. Стратегічне управління досить часто називають «ринковим стратегічним управлінням». Цим підкреслюється ринкова, зовнішня, орієнтація підприємства. Відповідно, стратегічний аналіз також повинен зосереджуватися, насамперед, на вивченні ринку, і лише потім – на дослідженні внутрішніх ресурсів і можливостей.

Довгострокова інноваційна діяльність будь-якого підприємства залежить від стратегічного управління інноваційним розвитком. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства – це процес розроблення та реалізації концепції, яка є основою для прийняття ключових управлінських рішень щодо бажаного рівня інноваційного розвитку, допустимих ризиків та приведення у відповідність наявних можливостей шляхом розробки й реалізації системи стратегій за напрямками інноваційного розвитку компанії [2].

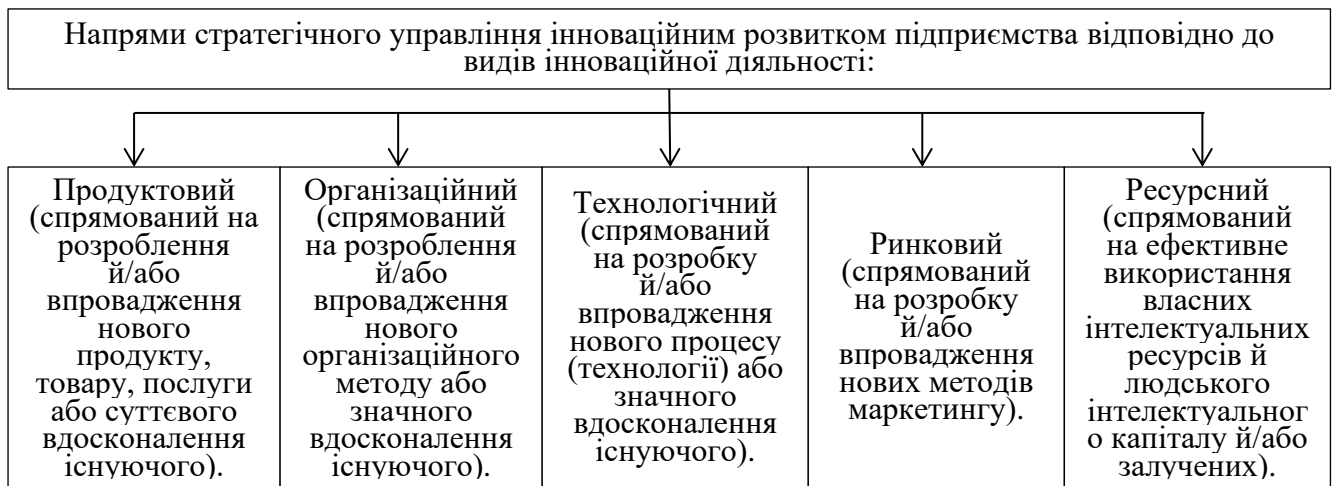


Рис. 1. Напрями стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства відповідно до видів інноваційної діяльності

*Джерело узагальнено авторами*

Стратегічне управління інноваційним розвитком передбачає передусім визначення місця і ролі інновацій у реалізації загальної стратегії організації, яку розробляють для досягнення перспективних цілей в умовах конкурентного середовища. Розглянемо загальну послідовність формування підходу до управління інноваційним розвитком підприємства на засадах стратегічного менеджменту (рис. 2).

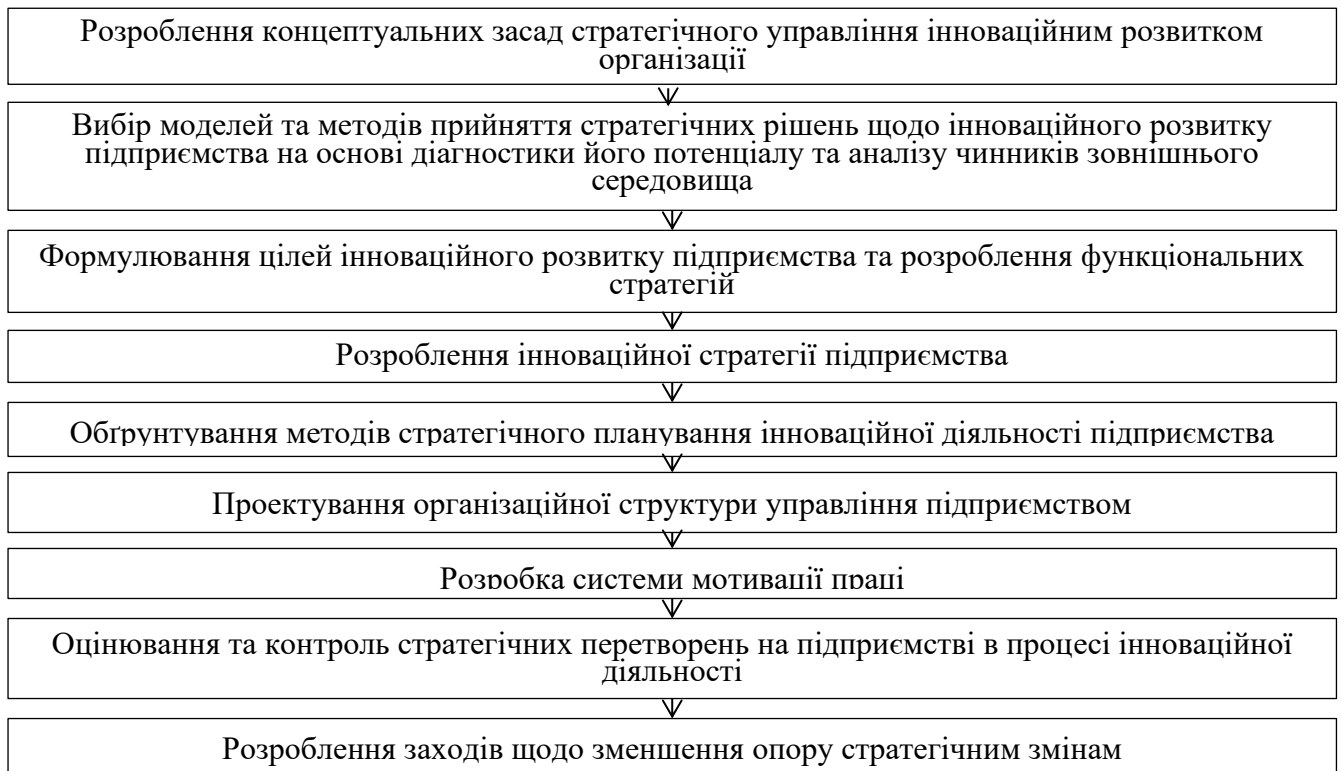


Рис. 2. Схема концептуального підходу до стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства [3].

Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства здійснюється за допомогою обраної інноваційної стратегії.

Отже, стратегічне управління – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малюта Л. Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навчальний посібник / Л. Я. Малюта. – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. – 232 с.
2. Корнух О.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства / О.В. Корнух // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013 р. – № 12 – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2607>.
3. Стратегічне управління інноваційним розвитком організації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://pidruchniki.com/83667/investuvannya/upravlinnya\\_innovatsiy\\_nim\\_rozvitkom\\_organizatsiyi](https://pidruchniki.com/83667/investuvannya/upravlinnya_innovatsiy_nim_rozvitkom_organizatsiyi).

**Боровик І.С.**, студентка  
**Науковий керівник: Попович О.В.**,  
к.е.н., доцент,  
Національний авіаційний університет,  
м. Київ, Україна

### **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗМІН**

У тезі висвітлено перспективи подальшого розвитку системи бухгалтерського обліку і фінансової звітності в Україні в умовах євроінтеграційних процесів. Проаналізовано загальні наслідки цих процесів, визначено основні проблеми повноцінного застосування МСФЗ під час формування фінансової звітності, а також обґрунтовано майбутні тенденції розвитку системи бухгалтерського обліку і звітності в умовах європейської інтеграції України.

Сучасна трансформація вітчизняної економіки, спрямована на розвиток ринкових відносин та інтеграцію у світове співтовариство, визначає принципово нові задачі щодо підвищення рівня управління суб'єктами підприємницької діяльності. Як наслідок, у вітчизняній економіці спостерігаються позитивні зміни. Важливим напрямом реформування бухгалтерського обліку в Україні в умовах інтеграції є гармонізація фінансової звітності вітчизняних підприємств з міжнародними стандартами, бо саме цим визначається вплив інтеграційних процесів на облік.

Дану проблему досліджено у працях вітчизняних та закордонних вчених. А саме С.Ф. Голов дослідив вимоги законодавства ЄС щодо фінансової звітності підприємств держав-членів, а також напрями вдосконалення фінансової звітності вітчизняних підприємств з метою подальшої гармонізації із законодавством ЄС [1]; Н.О. Гура у статті «Розвиток бухгалтерського обліку на малих підприємствах



України у світлі імплементації Директиви 2013/34/ЄС» здійснила порівняльний аналіз Директиви ЄС та запропонувала пропозиції щодо внесення змін до законодавства України у контексті імплементації зазначеної Директиви з урахуванням міжнародного досвіду [2]; О.С. Яцунська приділила увагу дослідженню теоретичних засад і передумов процесу впровадження МСФЗ в Україні за етапами його розвитку, динаміки та структури [3]. Дослідження відповідності законодавства України Директивам ЄС у сфері бухгалтерського обліку й аудиту було здійснено експертами Федерації професійних бухгалтерів і аудиторів України (ФПБАУ) та Української консалтингової мережі (УКМ).

Взагалі поняття «інтеграція» означає об'єднання різних суб'єктів в одне ціле. У нашому випадку ми розглядаємо інтеграцію економіки. Це фактично означає об'єднання економіки різних країн в одну світову економіку. Це тягне за собою багато наслідків, як позитивних, так і негативних. Ми докладніше зупинимось на наслідках, які викликала інтеграція саме в бухгалтерському обліку.

У теперішній час зміна і перетворення економіко-правового середовища, курс на ринкові та інтеграційні процеси супроводжуються реформуванням бухгалтерського обліку. Заходи щодо реформування обліку потребує перегляду та оновлення нормативно-методичної бази. Тому на даний момент основною метою стала розробка й адекватне застосування такої методології бухгалтерського обліку і звітності, що відповідає міжнародним стандартам, які, в свою чергу, є найбільш уніфікованими вимогами, що зведені до єдиної норми до організації та ведення бухгалтерського обліку й орієнтовані на зближення національних систем обліку.

Бухгалтерський облік поступово пристосовується до реалій господарювання, чому сприяє його гармонійне поєднання з міжнародними стандартами. Відсутність відповідності вітчизняного бухгалтерського обліку світовій обліковій практиці заважає інтеграції економіки України в світову економічну систему. Тому виникла необхідність кардинально реформувати вітчизняну систему бухгалтерського обліку до умов ринкової економіки. Питання про необхідність впровадження міжнародної практики ведення бухгалтерського обліку в Україні відповідно до міжнародних стандартів неодноразово порушувалось на найвищому рівні протягом останніх років.

Вагомим внеском до реформування бухгалтерського обліку в Україні було ухвалення проекту Стратегії застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні Методологічною радою з бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України[4].

Даний проект Стратегії розроблено з метою удосконалення системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні з урахуванням вимог міжнародних стандартів, також законодавства Європейського Союзу.

На сучасному етапі вже активно застосовуються П(С)БО та МСФЗ в Україні, а їх застосування фактично означає гармонізацію обліку, тобто наближення його до міжнародних вимог, стандартизації.

Дослідження свідчать про перенесення акцентів у міжнародній стандартизації фінансової звітності з гармонізації на конвергенцію. Конвергенцію можна визначити як зближення стандартів фінансової звітності різних

юрисдикцій шляхом узгодження розробниками цих стандартів єдиних оптимальних принципів і методів оцінювання та розкриття інформації.

Сучасні міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) є динамічною системою, спрямованою на уніфікацію принципів і методів визнання, оцінювання і розкриття інформації у фінансовій звітності на основі зближення зі стандартами фінансового обліку США й орієнтованою на потреби ринків капіталу. Реальне запровадження цих стандартів неможливе без дієвого механізму моніторингу та забезпечення їх дотримання. Тому конвергенція має охоплювати не лише стандарти фінансової звітності, а й інші професійні стандарти, які складають інфраструктуру бухгалтерського обліку (міжнародні стандарти фінансової звітності, аудиту, оцінки та професійної освіти).

Станом на квітень 2018 року 166 країн світу використовують МСФЗ або заохочують до використання публічні компанії для складання фінансової звітності, а саме Європа - 27%, Африка - 23%, Північна та Південна Америка - 22%, Азія і Океанія - 20%, Близький Схід - 8%.

Огляд змін у МСФЗ свідчить про ускладнення стандартів, подальше обмеження можливості застосування альтернативних облікових політик, розширення сфери застосування справедливої вартості для оцінювання статей фінансової звітності.

В нашій країні МСФЗ поки що носить тільки рекомендаційний характер. Тобто фірма сама вирішує як вести облік, якими методами при цьому керуватися тощо, виходячи з призначення облікової інформації. В Україні це ще все на досить ранній стадії, але необхідно враховувати і досвід інших держав у цих процесах.

Перспективами розвитку системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в умовах європейської інтеграції України у найближчому майбутньому будуть:

- подальший процес застосування МСФЗ через законодавчу вимогу до обов'язковості формування фінансової звітності відповідно до МСФЗ із розширенням переліку суб'єктів господарювання;
- збільшення мотивації до впровадження МСФЗ суб'єктами господарювання, діяльність яких експортно орієнтована на міжнародні ринки збуту продукції, насамперед на ринок Європейського Союзу;
- подальша гармонізація НП(С)БО з МСФЗ та їх застосування для ведення бухгалтерського обліку і звітності суб'єктами господарювання, які орієнтовані на внутрішній ринок України.

Отже, удосконалення бухгалтерського обліку в Україні зумовлене розвитком євроінтеграційних процесів в Україні, розвитком міжнародного співробітництва. У таких умовах міжнародні стандарти бухгалтерського обліку слід розглядати як один із основних факторів продовження і активізації реформи бухгалтерського обліку в Україні. Таким чином, подальший розвиток теорії бухгалтерського обліку пов'язаний з інтеграцією всіх підсистем і видів обліку в єдину інформаційну систему.

### **Список використаних джерел:**

1. Голов С.Ф. Вдосконалення бухгалтерського обліку і звітності в Україні в контексті євроінтеграції // Бухгалтерський облік і аудит. - 2014. - № 1. - С. 3-17.
2. Гура Н. О. Розвиток бухгалтерського обліку на малих підприємствах України у світлі імплементації Директиви 2013/34/ЄС // Фінанси України. – Київ, 2019. – № 1. – С. 102-110.
3. Яцунська О. С. Процес упровадження МСФЗ в Україні // Бізнес Інформ. – 2016. – №3. – С. 173–182.
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні» від 24.10.2007 р. № 911-р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : [сайт]. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/911-2007-%D1%80>

**Герасименко О.В.**, к.е.н., доцент  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка, м. Львів, Україна

## **СТВОРЕННЯ СПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ДЕРЖАВИ, БІЗНЕСУ ТА СУСПІЛЬСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ**

Принципи спільних цінностей стосуються комерційних компаній, некомерційних організацій та органів влади. Увага акцентується не на вкладених коштах і виконаній роботі, а на досягнутому результаті: задоволенні людських потреб, обслуговуванні нових ринків, внутрішніх витратах, конкурентних перевагах.

Що ж стосується України, то зовсім небагато вітчизняних підприємств задаються питанням, чи приносить їхня основна діяльність користь суспільству та навколишньому середовищу, окрім того, органи влади також не завжди готові підтримати підприємства у їхньому прагненні дбати про цінності суспільства, у тому числі сприяючи інноваційному розвитку.

В економічній літературі поняття «спільна цінність» трактують як «управлінська практика підвищення фінансової ефективності бізнесу, що поєднує отримання компанією прибутку із задоволенням суспільних потреб» [1]. Оскільки основним завданням бізнесу все ж таки є отримання прибутку для власників, то компанії в процесі створення спільної цінності повинні вибудовувати свою стратегію таким чином, щоб одночасно з пошуком прибуткових видів діяльності підвищувати якість довкілля та вирішувати соціальні питання.

Розглянемо діяльність провідних компаній світу, які спільно з органами влади дбають про цінності суспільства.

Зокрема, транснаціональна компанія «Yara», яка постачає продукцію в більше, ніж 60 країн світу має просту, але водночас надзвичайно амбіційну місію – відповідально годувати світ і захищати планету. Будь-які рішення компанії щодо живлення рослин і точного землеробства дозволяють фермерам покращити врожайність та підвищити якість продукції, одночасно зменшуючи вплив на навколишнє середовище, покращують якість повітря та зменшують викиди [2].

Компанія «Yara» в Норвегії спільно з місцевою владою при підтримці уряду реалізує програму із створення «коридорів росту» сільського господарства. Очікується, що реалізація цієї програми дасть змогу створити 350 тис. нових робочих місць і покращити життя 200 тис. дрібних фермерів [3].

Ще одним прикладом міжнародних компаній, яка має безпосереднє відношення до створення спільних цінностей і в Україні є швейцарська компанія «Nestle». Сьогодні «Nestle» є найбільшою компанією світу у сфері виробництва харчових продуктів та напоїв. Компанія представлена у 189 країнах, а 328 тисяч співробітників працюють для досягнення спільної мети «Nestle» – підвищувати якість життя і сприяти здоровому майбутньому [4].

«Nestle» піклується про здоров'я та добробут своїх споживачів і глобальна програма «Nestlé Здорові діти» є підтвердженням цього [5]. В рамках проекту компанія запроваджує навчальні програми, направлені на розвиток культури правильного харчування та здорового способу життя серед дітей шкільного віку, у тих країнах, де зосереджена діяльність «Nestle».

У сфері збереження природних ресурсів у 2017 році компанія «Nestle» інвестувала 1 млн грн у 12 інноваційних проектів, спрямованих на встановлення спеціального обладнання, що дозволить ефективніше використовувати ресурси. Це вже дозволило зменшити на трьох фабриках використання води. «Nestle» також інвестували понад 10 млн грн у 22 енергоощадні проекти, завдяки яким вдалося досягти показнику економії енергії у 8% [4].

Варто зазначити також, що саме в Україні у м. Львів був відкритий один із п'яти сервісних центрів «Nestle» у світі, який надає стандартизовані послуги підрозділам компанії в таких важливих бізнес-процесах, як нарахування заробітної плати, адміністрування даних персоналу та бухгалтерські операції [4]. Відкриття такого центру має важливе значення для розвитку Львівського регіону. На те, що саме м. Львів обрали з-поміж інших міст вплинуло безліч факторів, одним з основних яких є підтримка місцевої влади, адже це дає змогу перспективній молоді не тільки працевлаштуватися, але й побудувати успішну кар'єру.

Даний факт засвідчує, що «Nestle» приділяє першочергову увагу питанню якості як у сфері виробництва, так і у сфері організації та впровадження сучасних інноваційних бізнес-технологій.

В свою чергу основним завданням керівництва області є: сприяти розвитку ділового клімату у регіоні, адже органи влади та бізнес завжди мають бути партнерами, а особливо у сфері створення спільних цінностей та інноваційного розвитку. Прийняття рішення про розміщення бізнес-центру у м. Львів свідчить про високу оцінку якості міської інфраструктури та інвестиційного клімату і сприяє не лише покращенню ситуації із працевлаштуванням у Львові, але й підвищенню репутації міста як ділового центру.

Такий крок є гарним прикладом для інших українських компаній інвестувати у розвиток регіонів, сприяючи ефективному створенню спільних цінностей та інноваційному розвитку.

### **Список використаних джерел:**

1. Портер М. Створення спільних цінностей. Як перебудувати капіталістичну систему / Майкл Е. Портер, Марк Р. Крамер // Harvard Business Review. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ep-digest.ru/wp-content>.
2. Офіційний сайт норвезької транснаціональної компанії «Yara» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.yara.com/>
3. Грейсон Д. Про успішний бізнес з точки зору суспільства в цілому / Девід Грейсон. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ippnou.ru/print/010244>.
4. Офіційний сайт швейцарської компанії «Nestle» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nestle.ua/>
5. Стаття про створення спільних цінностей Nestlé в Україні та покращення якості життя. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nestle.ua/media/newsandfeatures/creating-common-values-2017>.

**Горшков А.В., студент**

**Науковий керівник: Жуков С.А., д.е.н.,  
с.н.с., доцент ДВНЗ «Ужгородський національний  
університет», м. Ужгород, Україна**

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ТА ПОЛОЖЕННЯ ДО ЇХ ФОРМУВАННЯ**

Запровадження інноваційної моделі розвитку передбачає формування нових методичних підходів та інструментарію з управління промисловим підприємством. Проблемами розробки теоретичних і методичних основ управління інноваційним розвитком промислових підприємств займалися багато вітчизняних дослідників, таких як Н. Антонюк, С. Ілляшенко, Л. Мельник, О. Мозенков та інші.

Управління інноваційним розвитком підприємства базується на встановленні системи цілей, яка зв'язує поточну ефективність його діяльності та забезпечує стійкий розвиток у стратегічній перспективі. Тобто в основі управління інноваційним розвитком підприємства полягає система цілепокладання. Ціль підприємства розглядається як орієнтир для напрямів потоків зв'язків, повноважень і відповідальності [1, с. 209].

Стратегічний розвиток підприємства забезпечують інноваційні процеси, що базуються на необхідності забезпечення поточної ефективності операційної діяльності, що обґрунтовує взаємодоповнення та взаємообумовленість стратегічного й операційного контурів з його управлінням.

Є два основних підходи щодо категорії «управління»: системний і процесний.

Системний підхід розглядає підприємство як сукупність взаємозв'язаних елементів (люди, структури, завдання, технології тощо), а зміни що відбуваються в будь-якому з них впливають і на систему в цілому, і на окремі компоненти. Підприємство це відкрита система, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем шляхом здобуття ресурсів ззовні та видачі певних результатів. Системний підхід

орієнтований на досягнення цілей системи шляхом вибору та реалізації рішень, заснованих на обліку й аналізі всієї сукупності факторів, їх взаємозв'язків і взаємодій, які так чи інакше впливають на проблему, що потрібно вирішити.

Зважаючи на те, що в дослідженні поняття «інноваційний розвиток» розглядається як процес в ході якого відбувається перетворення інноваційного потенціалу (вхід) у кінцеві споживчі рішення (вихід), а ціллю є створення доданої вартості за рахунок впровадження інновацій, використання процесного підходу при формуванні системи управління інноваційним розвитком підприємства стає найбільш доцільним та обґрунтованим. Розкриття теоретичних засад інноваційного розвитку та методологічних підходів до процесу управління ним, стають у базисі визначення сутності категорії «управління процесом інноваційного розвитку промислового підприємства».

Управління інноваційним розвитком підприємства – це взаємопов'язаний комплекс дій, що спрямовані на використання інноваційного потенціалу промислового підприємства, що змінюють його стан у напрямку досягнення та підтримки прогнозованого рівня ефективності та забезпечення запровадження інновацій [2, с. 199].

Еволюційні зміни виробничих та управлінських систем, а також етапи розвитку інновацій і підходів до управління ними стає основою формування теоретико-методичних основ управління інноваційним розвитком підприємства. Відмітимо, що еволюційні зміни у техніко-технологічних системах викликають відповідний розвиток управлінських систем, у тому числі й інструментарію управління інноваціями. Це створює теоретико-методологічне підґрунтя з формування систем управління інноваційним розвитком підприємства.

Зважаючи, що управління інноваційним розвитком підприємства носить стратегічний характер, тобто формує контур стратегічного управління, а контур операційного є забезпечувальним [3, с. 84], виникає необхідність у виділенні ключових складових цього процесу.

Необхідно зауважити, що складові інноваційного розвитку пов'язані з циклічно-поступальною реалізацією етапів інноваційного процесу з одного боку та функціонуванням інноваційного потенціалу з іншого. Зважаючи на зміну зовнішніх і внутрішніх умов функціонування підприємства та його розвиток буде здійснюватися завдяки аналізу інформації про зміни стану зовнішнього та внутрішнього середовища. Це свідчить про те, що в основі управління інноваційним розвитком підприємства лежить інформаційно-аналітичний контур, що виокремлює внутрішні та зовнішні інформаційні сигнали з метою встановлення необхідності змін у стані системи та траєкторії її руху. Самі ж інформаційні сигнали відображають фінансово-економічний стан підприємства, інноваційну активність, ступінь використання інноваційного та виробничого потенціалів підприємства, тобто пов'язує, з одного боку ефективність поточної інноваційної та операційної діяльності підприємства, а з іншого – ефективність інноваційної діяльності.

Теоретичні засади з управління інноваційною діяльністю, проаналізовані вище, дозволили сформулювати основні положення для формування методичного підходу з управління інноваційним розвитком промислового підприємства.

1. Підприємства інноваційно розвиваються за умови наявного хорошого економічного та фінансового стану, а також здійснення інноваційної діяльності.

2. Основою досліджень у цьому напрямку є визначення етапів, що дозволить оцінити ступінь досягнення цілей інноваційного розвитку підприємств. До таких цілей відносять:

- підвищення економічної ефективності діяльності при збереженні фінансової стійкості підприємства;

- підвищення результативності інноваційної діяльності, що визначається приростом інноваційного доходу та підвищенням його частки в загальній виручці підприємства.

3. З метою оцінки ефективності системи управління інноваційним розвитком підприємств доцільно сформулювати систему показників, що характеризують його:

- фінансово-економічний стан (здійснюється на основі узагальнення наукових джерел з оцінки економічної ефективності та фінансової стійкості суб'єктів господарювання та подальшим їх корегуванням);

- результативність інноваційної діяльності, структуру та обсяг використання інноваційного потенціалу, рівень інноваційної активності (розраховується кількісно та характеризується зміною частки інноваційного продукту у виручці підприємства та приростом інноваційного доходу).

4. Використання двох вимірів – фінансово-економічного стану й ефективності інноваційної діяльності, що є основою для формування методичного підходу щодо управління на основі науково-обґрунтованого вибору ключових управлінських технологій і фінансового інструментарію.

5. Доцільність дослідження впливу факторів макроекономічного середовища на інноваційну діяльність підприємства.

Отже, узагальнення наукових досліджень з визначення сутності економічної категорії «управління інноваційним розвитком промислового підприємства» дозволило обґрунтувати та визначити його, як взаємопов'язаний комплекс дій, спрямованих на використання інноваційного потенціалу промислового підприємства, що змінюють його стан у напрямку досягнення та підтримки цільового рівня ефективності та забезпечення запровадження інновацій. Такий підхід обґрунтовує обумовленість і тісний зв'язок циклічно-поступальної реалізації етапів інноваційного процесу, з одного боку, та функціонуванням інноваційного потенціалу, що дозволяє виділити стратегічний та оперативний контури управління підприємством, що базується на інноваційних й оперативних процесах відповідно.

#### *Список використаних джерел:*

1. Акимова Т.А. Теория организации. Москва: Юнити-Дана, 2003. 367 с.
2. Ткаченко М.О. Процес управління процесами інноваційного розвитку промислового підприємства. Дослідження та оптимізація економічних процесів: кол. монографія / за ред. О.В. Манойленко, В.О. Матросової. Харків: «Цифрова друкарня №1», 2012. Т.1. С. 188-199.

3. Ткаченко М.О. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств. Труды ІХ-ої Міжн. наук.-прак. конф. «Дослідження та оптимізація економічних процесів», (Харків, 3-5 грудня 2013 р.). Харків: НТУ «ХП», 2013 р. С. 83-85.

**Котенко С.В.**, к.т.н., с.н.с.  
**Розвадовська О.В.**, аспірант  
Інститут проблем ринку та економіко-  
екологічних досліджень  
Національної академії наук України, м. Одеса,  
Україна

### **TASKS OF MONITORING THE STATE POLICY OF UKRAINE IN THE FIELD OF INTERNATIONAL MULTIMODAL TRANSPORTATION**

Nowadays, there is an improvement of organizational forms of management and its mechanism in Ukraine along with the structural restructuring of the economy, aimed at stabilization and further recovery of production. This rise should be accompanied by an increase in the indexes of the transport industry. And one of the tasks of the state policy in this direction should be the elimination of obstacles and threats of cargo transportation.

The current situation in the country requires the restructuring of the principles of information activity and, above all, the creation of monitoring systems of state policy in the transport industry and an appropriate base, which will provide the management of cargo transportation with complete, objective and up-to-date information for a competent, well-balanced approach to the preparation and decision-making of any level [1].

The world is now in a transition phase from the industrial to the information society. Development of the world processes is going up. In order to keep up with world progress, governing bodies at different levels need complete and comprehensive information on the developments and trends in the processes in the transport industry. In all developed countries, much attention is paid to the continued development of management information systems. Comprehensive powerful programs and information systems have been developed and implemented, and global information networks are functioning. Geographic and information systems are actively used, the volume and speed of information exchange is increasing.

The transition from sectoral management principles to functional ones, change of goals, tasks and functions of ministries and agencies, local authorities - all this requires rethinking, supplementing and adjusting the main directions, tasks and functions of information and analytical activity. For the effective performance of their functions, management at any level at any time must have at their disposal reliable and comprehensive information on the social and economic status of the management object (enterprises, industry, region, economy in general) [2].

Nowadays, the information needed to make management decisions, distributed across departmental, sectoral and territorial (regional) systems, is not collected and



accumulated centrally to the extent necessary for prompt comprehensive analysis in the interests of management at all levels.

Systems of monitoring, analysis and forecasting of social and economic development of economic objects of the transport industry are intended for accumulation, storage, comprehensive analysis of various structured information and forecasting of territorial and sectoral social and economic processes. The subject area of information and analytical resources of systems is oriented to support management decision-making at all levels [3].

The monitoring system must have a well-defined purpose, algorithm of operation, principles of construction, evaluation criteria, methods and technologies. Therefore, it is necessary to improve both the theoretical and applied aspects of the creation and operation of the mentioned system.

The research of scientific problems of the creation of state policy monitoring systems in international multimodal transportations implies the need for a detailed analysis and evaluation of the transport system, since it acts as both the object and information environment of the monitoring functioning. The analysis of the current state of the transport system of Ukraine allows us to conclude that in addition to the in-depth development and implementation of measures aimed at realization the reform of the transport industry in Ukraine, it is necessary to expand and strengthen the state feedback mechanism of the management system of development and functioning of the objects of the industry that is, to carry out constant monitoring and effective control both of them, as well as of related state, sectoral, regional governing bodies, as well as of the most important indicators and defining requisites of activity of objects of transport branch as a basis for making managerial decisions on achievement of the set goal and obtaining final results.

Monitoring is the most important attribute of management processes associated with solving issues of research on the problematic aspects of the transport industry, monitoring the current situation, process development, changes in the transport industry and their effectiveness. When the task of monitoring is understood, its organization does not foresee the fundamental difficulties: internal and external spheres are allocated, favorable and negative factors, sources of information and requirements for it are determined and the situation is monitored.

In our opinion, it is advisable to perform control over the economic efficiency of the functioning of the economic transport industry by means of a monitoring system that ensures continuity of control.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Галіцин В.К. Системи моніторингу: моногр. / В.К. Галіцин. – К.: КНЕУ, 2000. – 232 с.
2. Черніхова О.С. Проблеми та перспективи розвитку транспортної галузі України [Електронний ресурс] / О.С. Черніхова // XX Всеукраїнська практично-пізнавальна інтернет-конференція «Проблеми та перспективи розвитку транспортної галузі України». – Режим доступу: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/50-dvadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/461-problemi-ta-perspektivi-rozvitku-transportnoji-galuzi-ukrajini>.
3. Галіцин В.К. Застосування механізму моніторингу для зниження ступеня ризику в менеджменті / В.К. Галіцин // Труды міжнародної науково-практичної конференції “Ризикологія в економіці та підприємстві”. – Київ. – 2001. – С. 95 – 96.

4. Соколова О.Є., Акімова Т.А., Сулима Л.О. Теоретичні основи організації та розвитку мультимодальних перевезень в Україні / О.Є. Соколова, Т.А. Акімова, Л.О. Сулима // Економічний простір. – Дніпро: ПДАБА. – 2014. – №83. – С. 91-103.

5. Неруш Ю.М., Саркісов С.В. Транспортная логистика: учебник для академического бакалавриата / Ю.М. Неруш, С.В. Саркісов. – Москва: Издательство Юрайт, 2018. – 351 с.

**Коц Я. Р.**, студентка  
**Науковий керівник: Томах В. В.**,  
к.е.н., доцент  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

## **ПРОВІДНІ ТЕНДЕНЦІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНІ**

На сучасному етапі економічного розвитку провідна роль інновацій у його забезпеченні щодо підприємств є загальновизнаною. Удосконалення виробництва, збереження конкурентоспроможності, підвищення якості продукції можливе тільки за умови ведення якісної інноваційної діяльності, завдяки якій підприємство адаптується до динаміки зовнішнього середовища і намагається змінити його у власних інтересах. В цей же час, незважаючи на незаперечні переваги ведення інноваційної діяльності, інноваційна активність вітчизняних підприємств є низькою. Недосконалість законодавчої бази, обмеженість можливостей підприємств щодо інвестування інновацій, високий економічний ризик і тривалий термін окупності нововведень – все це є перешкодами.

Оцінювати результати інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств можливо на основі ретельного аналізу їх зовнішнього середовища за економічними рівнями, якими є макро- та мезоекономічний. Щодо макроекономічного, який створює умови для успішного функціонування підприємств завдяки активізації державної політики інвестиційно-інноваційної діяльності, застосуванню адекватних ситуації методів державного управління, результативна інвестиційно-інноваційна діяльність підприємств будь-якої галузі промисловості можлива тільки за умови створення в державі відповідних умов і направленості політики на підтримку та залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів, а також на розробку та впровадження інноваційних проектів.

Аналізуючи тенденції інвестиційно-інноваційної діяльності на макроекономічному рівні, тобто у зовнішньому середовищі підприємств, доцільно виділити інвестиційну й інноваційну діяльності, оскільки кожна з них є складовою загального складного явища – інвестиційно-інноваційна діяльність. Таким чином, розглянемо основні тенденції інвестиційної діяльності у зовнішньому макроекономічному середовищі підприємств.

На даний час найчастіше називають три найбільш складові інвестиційного клімату, що визивають найбільше занепокоєння у інвесторів, а саме: прозорість ведення бізнесу, політична стабільність, а також взаємодія з державними органами.

Складовими інвестиційного клімату України, що приваблюють інвесторів є розвинена телекомунікаційна інфраструктура, швидкі темпи зростання, природні ресурси, новий ринок і кваліфіковані кадри за помірною ціною. Властивістю сучасних інвестицій в Україні є їх спрямованість у вже розвинені сфери економічної діяльності. Станом на 01.01.2017 більшість прямих інвестицій були спрямовані до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність – 10324,4 млн. дол. США та підприємств промисловості – 9550,2 млн. дол. США [**Error! Reference source not found.**].

Без створення необхідних та достатніх умов для розвитку інвестиційної діяльності неможливим є якісний розвиток національної економіки, впровадження нових технологій, оновлення зношених основних виробничих фондів, створення нових робочих місць та інших важливих складових що сприяють розвитку країн, їх регіонів і галузей.

Що стосується бюджетного інвестування, яке є інструментом фінансового регулювання й інноваційної діяльності [2, 3], воно є більш ніж незначним, що пояснюється спрямуванням основної частини бюджетних коштів на погашення зовнішнього державного боргу. Так, на 01.01.2016 року валовий зовнішній борг України складав 118729 млн. дол. США, на 01.01.2017 він скоротився до 113518 млн. дол. США, тобто відбувається його деяке зменшення [4]. У зв'язку з відсутністю необхідних умов для залучення іноземного інвестування їхній загальний обсяг є абсолютно недостатнім і не може кардинально поліпшити економічний стан України.

Однією з умов покращення організації інвестиційної діяльності в Україні є вирішення питань фінансового забезпечення її розвитку. Завдання активізації інвестиційного процесу промислових підприємств останнім часом стає переважно проблемою пошуку джерел фінансування інвестиційних проектів, проблемою акумуляції накопичень, їх збереження і цільового використання.

Особливе значення відводиться портфельним інвестиціям, які, попри всі свої недоліки (спекулятивний характер, високий рівень залежності від ефективності багатьох інституцій, ризик швидкого відпливу значних обсягів фінансових ресурсів за кордон), здатні забезпечити українську економіку коштами, необхідними для масштабної модернізації. Проте, зважаючи на абсолютну непристосованість вітчизняного інвестиційного клімату для значних портфельних інвестицій, увага українських чиновників зосереджена на прямих іноземних інвестиціях, тоді як обсяги портфельних інвестицій залишаються мізерними [5, с. 179].

Викликає занепокоєння той факт, що основними інвесторами української економіки є, як правило, дрібні фірми, фірми–аутсайдери, які не втримавши конкуренції в своїй країні, залучаючи відпрацьоване обладнання і орієнтуючись на дешеві місцеві ресурси, завдяки вкладанню капіталу у швидко окупні галузі, очікують на легкі надприбутки в Україні, або ж фірми, які, користуючись прогалинами вітчизняного законодавства, відмивають брудні капітали на території нашої держави. За підрахунками дослідників, лише близько 15%

іноземних фірм, що інвестують в українську економіку, можна розцінювати, як надійних партнерів [6, с. 5].

В країнах з розвинутою економікою значну роль в активізації інвестиційної активності відіграють установи фінансового сектору. Саме комерційні банки та інші фінансово-кредитні установи акумулюють та розподіляють тимчасово вільні кошти. Так, в Україні, до 2013 р. значення цього джерела постійно зростало, та із настанням фінансової кризи банки призупинили кредитування. З 2015 р. відмічається збільшення активності фінансового сектору в напрямі фінансування капітальних інвестицій. Однак, в цей час, банківські установи з більшим бажанням кредитують суб'єктів господарювання з коротким виробничим циклом та швидким грошовим обігом, в той час як підприємства стратегічних галузей залишаються поза увагою.

Проведений аналіз зовнішніх умов ведення інвестиційної діяльності підприємствами щодо макросередовища доводить їх незадовільний стан та низький рівень, що не відповідає сучасним вимогам ведення бізнесу суб'єктами господарювання мікроекономічного рівня.

Таким чином, проведений аналіз тенденцій інвестиційної та інноваційної діяльності у зовнішньому середовищі підприємств на макроекономічному рівні свідчить про їх складність та неоднозначність, що підтверджують як позитивні, так і негативні зрушення інвестиційно-інноваційних процесів, об'єднує які недостатня активність й практична відсутність розвитку на макроекономічному рівні. Такий стан зовнішнього макроекономічного середовища гальмує залучення інвестицій і, як наслідок, стримує розвиток інноваційної діяльності [**Error! Reference source not found.**].

#### *Список використаних джерел:*

1. Інформаційно-аналітичні матеріали щодо інвестиційного клімату в Україні за 2016 рік / <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=Стан%20інвестиційної%20діяльності%20в%20Україні>
2. Матросов О. Д. Современные проблемы реализации финансовых инструментов государственного регулирования инновационной деятельности в Украине / О. Д. Матросов, В. О. Матросова, П. О. Доуртмес // Вестник науки и образования Северо-запада России», Первая международная научно-практическая конференция: «Инновации в науке, производстве и образовании», (г. Калининград, 12 ноября 2015 г.). – Калининград : Российская инженерная академия, 2015. – Т. 1. – № 3. – С. 1 – 14.
3. Charles S. Strategies for advancing organizational innovation / S. Charles, D. Grider // Journal of Management and Marketing Research. – 2014. – № 15. – pp. 1–11.
229. Харламова Г. О. Інвестиційна позиція та перспективи інтеграції України у міжнародний інвестиційний простір / Г. О. Харламова // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 20. – С. 3–8.
4. Статистика зовнішнього сектору. Національний банк України / [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article.jsessionid](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article.jsessionid)
5. Худардиева В. А. Стратегия привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины / В. А. Худардиева // Фінанси України. – 2015. – № 6. – С. 179.
6. Садеков А. А. Инвестиционная привлекательность предприятий (методология и методика оценки) / А. А. Садеков, Н. А. Лисова. – Донецк: ДонГУЭТ, 2011. – 270 с.

## **НАУКОВІ ТЕОРІЇ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ**

Стабілізація і ефективний стійкий розвиток агропромислового виробництва можливі лише на основі постійного оновлення основних засобів і відновлення в розширеному обсязі спожитих в процесі виробництва оборотних коштів за рахунок раціонального використання відповідних фінансових ресурсів підприємств, що забезпечує підвищення економічної ефективності як інвестицій, так і всього виробництва. Тому особливе значення має теоретичне обґрунтування тієї стадії, коли підтримка оптимальних темпів економічного зростання вимагає відповідного інвестиційного забезпечення, пріоритетом якого на сучасному етапі є інноваційний сектор як середовище генезису і освоєння нових знань.

Питанням інноваційного розвитку і його інвестиційного забезпечення значна увага приділяється провідними ученими-економістами. Основу наочно-теоретичного пояснення інвестування інноваційних перетворень, що відбуваються в економіці, поклали роботи: П. Буагільбера, Т. Веблена, Дж. Д. Гелбрейта, Дж. Даннінг, Дж. М. Кейнса, Дж. Ло, Т. Мана, Д. Мілля, А. Маршала, К. Маркса, М. Портера, П. Самуельсона, А. Сміта, Дж. Тобіна, І. Фішера, Е. Хансена, Р. Харрода, Р. Хікса, А. Шпітгофа, Й. Шумпетера Д. Юма і ін. Слід зазначити, що теоретичні і прикладні дослідження ролі інвестицій і інновацій в економічному розвитку зосереджені в рамках традиційних шкіл, приватних концепцій, парадигм окремих дослідників, яких доцільно розглянути, враховуючи хронологію їх виникнення. Аналіз поглядів класиків світової економічної науки дозволяє встановити значущість інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності і його ролі в економічному розвитку.

За умов постійного загострення світової конкуренції на ринках товарів та послуг особливого значення набуває точне визначення стратегічних пріоритетів розвитку країни. Особливості сучасного етапу розвитку, коли основою конкуренції все більше стає створення і накопичення знань, розвиток нових, більш складних і капіталомістких технологій і техніки, створили ситуацію, коли жодна країна не може досягти лідерства в усіх або хоча б у переважній більшості галузей економіки.

Інноваційна діяльність країн та окремих компаній зумовлюється, як правило, не стільки бажанням отримати додаткові доходи від тих її видів, де вони є лідерами, скільки небезпекою втратити набуті технічні та технологічні переваги або належну їм частку світового ринку [4, с. 99]. Для того, щоб зберегти ці переваги суб'єкти світової конкуренції змушені постійно розвивати інноваційні процеси, оскільки практично всі досягнення досить швидко перестають бути монополією якогось одного виробника.

З іншого боку інвестиційний процес, як багатовекторне поняття, характеризується світоглядними, методологічними та прикладними аспектами.

Глибоке розуміння цих аспектів є принципово важливим для вирішення як теоретичних, так і практичних питань [2, с.39].

Теорія інвестицій повинна науково аргументувати об'єктивні основи інноваційних процесів, що стимулюватимуть економічне зростання. Дана теорія має розкрити економічну природу й еволюцію інвестицій, їхню функціональну роль і мотиви утворення, вплив на економічні процеси. З огляду на це можна вважати, що теорія інвестицій є складовою частиною загальної економічної теорії, одним з її структурно відокремлених розділів. Вона вивчає суть і види інвестицій, економічний механізм регулювання інвестиційної діяльності, об'єктивні засади розвитку інституціональних інвесторів, формування інвестиційної політики та її вплив на інноваційний розвиток [1, с.54].

В Україні з переходом до ринкової економіки термін «інвестиції» набув досить ширшого поширення. Проте тривалий час інвестиції ототожнювалися з капітальними вкладеннями. Початок ринкових перетворень в Україні зумовив реформування підходів до аналізу інвестиційних процесів, у тому числі й інноваційної діяльності, посилив інтерес до результатів наукових досліджень у країнах розвинутої ринкової економіки.

Для розроблення наукових основ управління інвестиційною діяльністю в умовах ринкової трансформації економіки України необхідні ретельний аналіз та критичне осмислення розвитку сформованих у світі підходів до активізації інвестиційної діяльності, з точки зору їхнього застосування відповідно до завдань поточного моменту.

Провівши ретельні дослідження теоретичних підходів до аналізу інвестиційної діяльності із теорій різних авторів можна виокремити особливі складові національного інвестиційного потенціалу, вплив на які з боку держави дає змогу керувати інвестиційними потоками і обирати пріоритетні галузі інвестування. До таких основних складових належать:

1) політична (політика держави щодо національної економіки, визначення стратегічних національних пріоритетів; зовнішньоекономічна стратегія освоєння світових ринків; політична ситуація у світі; ступінь політичної інтеграції в певні блоки та угруповання; ступінь захищеності економіки, національна безпека; політичні рішення міжнародних організацій; політика уряду щодо екологічної безпеки);

2) економічна (макроекономічні показники розвитку; стан грошово-кредитної сфери; національні економічні переваги; розвиток факторів виробництва (кваліфікована робоча сила, природні ресурси й капітали); розвиток допоміжних і супутніх галузей; стан внутрішньої конкуренції; місце країни в міжнародному поділі праці; рівень розвитку транснаціональних зв'язків; експортний потенціал країни);

3) соціальна (стан та потреби соціального розвитку; соціальний рівень розвитку суспільства; рівень кваліфікаційної підготовки робочої сили; доступ до факторів виробництва);

4) екологічна (забезпечення стану навколишнього природного середовища та екологічної безпеки з метою сталого розвитку економіки країни);

5) інноваційна (стимулювання науково-технічного прогресу й активізація інноваційного розвитку економіки країни; впровадження новітніх, низьковідходних, безвідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів);

б) інституціональна (інституціональна будова суспільства; правова база; розвиток ідеології; менталітет нації; вплив певних лобістських груп на уряд країни і т.п.) [5, с.78].

Перелічені складові можуть бути застосовані відносно країни та окремого регіону, з урахуванням специфічних чинників та базуватися на моделі конкурентних переваг, що в кінцевому підсумку зводиться до врахування всіх визначальних складових національного суспільно-економічного потенціалу, як основи формування стратегії інвестиційної діяльності. Таким чином, вплив на вказані складові з боку держави дає змогу управляти внутрішніми та іноземними інвестиційними потоками.

Отже, підбиваючи підсумок аналізу теорій інвестицій у досить тривалій динаміці їхнього розвитку можна узагальнено відмітити, що в системі організації й функціонування підприємств і великих інтегрованих формувань АПВ вони відіграють основну роль. Будь-які стратегічні програми по зміні структури виробництва й випуску нової сільськогосподарської продукції, створенню нових споживчих, у тому числі продовольчих, ринків вимагають, насамперед, інвестицій, тобто фінансових і матеріальних вкладень у розробку й освоєння нових проектів, придбання або модернізація устаткування, будівництво (реконструкцію) виробничих приміщень, житлових будинків, об'єктів соціальної інфраструктури та підтримку сформованого ритму раціональної діяльності підприємства.

#### *Список використаних джерел:*

1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент – К.: Эльга – Н.: Ника-Центр, 2002. 232 с.
2. Бутаков А. А. Инновационные процессы в интегрирующих структурах. Экономист. 2005. № 7. С.39-51.
3. Лаврук В. В. Інвестиційне забезпечення інноваційних проектів в агропромисловому виробництві: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / Лаврук В. В. Поділ. держ. аграр.-техн. ун-т. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2010. 377 с.
4. Інвестиційна та інноваційна діяльність [Текст] : монографія / Кузьмін О. С., Князь С. В., Тувакова Н. В., Кузнецова А. Я. Львів: ЛБІ НБУ, 2003. 233 с.
5. Саблук П. Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарювання. Економіка АПК. 2008. №9. С.8–12.

**Майорова І.М.** д.е.н., професор  
Азовський морський інститут  
Одеського національного університету  
«Одеська морська академія»  
м. Маріуполь, Україна

### **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СУДОХІДНИХ КОМПАНІЙ**

За результатами дослідження [1] суднохідна галузь має такі особливості: високі ризики підприємництва в суднохідній галузі, по-перше, ризик технічного

напряму, що пов'язано з безпекою і екологічністю, по-друге, комерційний ризик втрати доходів перевізника, що пов'язано з циклічністю фрахтового ринку; висока собівартість і висока вартість морських суден; досить завеликий термін окупності інвестицій в флот; застарілість суден, які здійснюють перевезення і неможливість їх віддання під заставу; незадовільна маркетингова діяльність суднохідних компаній на світовому ринку перевезень; низький рівень виробничого і кадрового потенціалу; втрата конкурентних позицій на світовому ринку морських перевезень.

Результати роботи суднохідних компаній визначаються трьома показниками: величиною вантажопотоку, економічними і технічними особливостями процесу перевезення вантажів; техніко-експлуатаційними особливостями морських суден. В будь якій суднохідній компанії якість обслуговування визначається ступенем задовільного виконання вимог клієнтів по – перше, по-друге, отримання визначного рівня прибутку компанією, що обумовлено необхідністю функціонування на суднохідному ринку.

На світовому ринку сформувалась досить стійка конкурентна середа з іноземних суднохідних компаній, які ефективно, в порівнянні з вітчизняними суднохідними компаніями, виконують свої обов'язки. Україна, яка позиціонує себе як морська держава, повинна звертати увагу на розвиток світового досвіду в управлінні національними транспортними підприємствами. На світовому ринку перевезень пропозиція перевищує попит на послуги перевезення і зберігання. Суднохідні компанії конкурують між собою за рахунок підвищення якості продукції, все більше підвищують її вартість. В такому випадку якість продукції для клієнта означає рівень виконання його вимог і ціна такої послуги зростає із покращенням її характеристик. [1]

Як вихід із вище описаного пропонується звернути увагу на технологію блокчейн. Сама по собі технологія блокчейн с початку була розроблена для цифрової валюти. Відомі світові судноплавні компанії і корпорації досить успішно впроваджують її для структурування даних в галузі судноплавства.

Так за даними [2] спеціалісти з управління морськими вантажними перевезеннями Marine Transport International, країна Велика Британія, в 2017 році розробили рішення для глобального управління судноплавною галуззю на базі Blockchain. Найвідоміша у світі суднохідна компанія Hyundai Merchant Marine (НММ), країна Південна Корея, провела відправлення вантажу з використанням технології Blockchain по маршруту перевезення: порт Busan (Корея) в порт Qingdao (Китай). Для реалізації використання Blockchain компанія НММ об'єднала власні зусилля із Samsung SDS за підтримкою керівництва Південної Кореї. За даними джерела [2] Південна Корея має надію підвищити ефективність національної судноплавної галузі. В Японії, відомі національні компанії, які займаються водним перевезеннями відтворили консорціум із 14 членів з метою розробити національну власну торговельну платформу на базі Blockchain. Морське державне управління Данії використовує Blockchain для удосконалення процесу реєстрації суден. Відомий порт Роттердам разом із Нідерландським



технологічним університетом (Delft University of Technology) також власноручно розробляє платформу управління вантажами. [2]

Основні задачі, які вирішує технологія Blockchain такі: [3]  
значно скорочуються терміни обробки даних;  
оновлення виконуються у реальному часі і забезпечують найвищу точність і прозорість всіх операцій;  
утримується високий рівень безпеки вантажів;  
знижуються витрати на доставку. [3]

Найважливішими задачами, які вирішують системи на базі Blockchain, являються: можливість отримати інформацію о доставці вантажів у реальному часі; можливість дізнаватися про рух і місце знаходження вантажу в будь який час. [3] Як відомо світовий ринок морських перевезень потерпає від таких проблем, як: насиченість тоннажу, низькі показники безпеки, невисокі тарифи фрахту. Blockchain найчастіше використовується для покращення зв'язку між судном і берегом, для інтелектуального управління трафіком. «Більш тісний інтерфейс між судами і порами враховує аналіз великих баз даних для зниження часу на перевезення, часу на захід суден у портову акваторію, що знижує рівень перенавантаження на морські порти.» [2]

За даним фахівців Avaga Nord [3] використання технології Blockchain зменшує усі бар'єри в міжнародних постачаннях вантажів і зменшує тарифи на послуги морських перевезень. Таке впровадження збільшить обсяги світової торгівлі на 15%, підвищить кількість робочих місць і сприятиме зростанню світової економіки.

#### *Список використаних джерел:*

1. Жихарева В.В. Необходимые и достаточные условия эффективной реализации инвестиционной деятельности судоходных компаний Украины. Экономические инновации. 2010 — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/66279/09-Jihareva.pdf?sequence=1>
2. Технологические новшества в судоходстве: какие инновации принесет blockchain? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bagnet.org/news/pressreliz/343334/tehnologicheskie-novshestva-v-sudohodstve-kakie-innovatsii-privneset-blockchain>
3. Блокчейн в судоходстве — полезные инновации. Опубликовал Avaga Nord in Posted Май 23, 2018 at 10:07. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ardilogistics.com/blokcheyn-v-sudohodstve>

**Малік Л.М.,** к.е.н, доцент

**Арутюнова К.С.,** магістрант

Київський кооперативний інститут бізнесу і права, м. Київ, Україна

### **ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Стратегія - це планування всіх найважливіших дій (підприємницьких, конкурентних, функціональних), які треба реалізувати, щоб забезпечити тривалий

успіх організації. Планування - це процес, де збігаються інтелектуальні, інтуїтивні та раціоналістичні прийоми, які дають змогу поєднати формальний та неформальний аспекти управління, щоб забезпечити впорядкованість заходів щодо реалізації стратегій для досягнення поставлених цілей. Згідно з функціональним підходом до управління, планування, що є основною функцією, треба визначити змістовно та організаційно, залежно від умов функціонування підприємства та поглядів керівників на місце, роль та значення цієї функції для розвитку підприємства [1].

Встановлюючи стратегії, треба враховувати: типи реакцій на зміни умов у зовнішньому середовищі (в попиті, рівні конкуренції, законодавстві тощо) - як загрозливих, так і сприятливих: захист проти негативного розвитку подій та сприяння реалізації позитивних тенденцій; варіанти розподілу ресурсів між підрозділами, відділами та напрямками діяльності з метою найефективнішого їх використання при сприянні досягненню стратегічних цілей; методи конкуренції в кожному з напрямків діяльності підприємства для забезпечення конкурентоспроможності підприємства та адекватної реакції на загрозу з боку конкурентів (у тому числі своєчасно «вийшовши» з тих сфер діяльності, де підприємство не має серйозних конкурентних переваг і де криється потенційна загроза виживанню); варіанти нагромадження (втрати) необхідних внутрішніх можливостей підприємства для забезпечення конкурентоспроможності підприємства за рахунок більшої збалансованості окремих частин (підсистем) виробничого потенціалу як основи для досягнення синергії стратегічних напрямків діяльності [2].

Стратегічне планування можна розглядати як систему дій і рішень, що приймаються на верхньому ієрархічному рівні управління з метою розробки стратегічного плану на певну перспективу, який містить конкретні кроки з реалізації стратегічних цілей і завдань організації. Процес стратегічного планування спирається на результати виконання попередніх стадій інноваційного менеджменту - аналізу та прогнозування інноваційного розвитку підприємства.

Найважливіші принципи стратегічного планування такі: адаптація інноваційного підприємства до зовнішнього середовища; стабільність, що забезпечує правильний вибір напрямку розвитку науки як внутрішнього компонента виробництва, а також ринків збуту продукції; обґрунтованість ринку; селективність, виділення ключових факторів, проблем і завдань певних стратегічних зон господарювання (сегментів ринку), що дозволяє визначати пріоритетні напрями розвитку організації; варіантність планових розрахунків з погляду досягнення цілей організації, постійної конкурентоспроможності, фінансового забезпечення та інших критеріїв.

Розробка і реалізація інноваційної стратегії малої фірми неможлива без інвестиційних вкладень, тому щоб інноваційна стратегія виступала як вагомий фактор ефективності, мале підприємство має розглянути можливості здійснення взаємопов'язаних інвестицій в різні сфери своєї діяльності (розробка або придбання технологічних інновацій; створення сучасної організаційно - виробничої структури; створення збутової і маркетингової мережі). Найбільш

характерними показниками інновацій є: новизна, можливість модифікації, можливість дифузії, прогресивність, конкурентоспроможність, адаптивність до нових умов виробництва, а також показники економічної, соціальної і екологічної ефективності. Зазначені показники впливають на кінцеві результати діяльності підприємства: на собівартість і ціну продукції, її якість, обсяг продажів і прибутку, рівень рентабельності.

Успіх інноваційної стратегії малого підприємства залежить від обсягу та доступності необхідних ресурсів, якими володіє підприємство, від здатності до швидких змін, гнучкості менеджменту і його адаптації до нових умов, неординарності створюваних інноваційних рішень, вміння оцінити і спрогнозувати комерційну вигоду, ефективності організаційно - управлінських механізмів, завдяки яким реалізуються інноваційні проекти, рівня розвитку інноваційної інфраструктури, яка підтримує діяльність підприємств цієї сфери [3].

Стратегію підприємства можна подати у вигляді сукупності гіпотез про причини і наслідки. Система оцінки має чітко і ясно визначити співвідношення між цілями і критеріями їх досягнення в різних напрямках, щоб вони були реальними і ними можна було управляти. У результаті проектування визначається конкретна безліч стратегій, кожна з яких може бути реалізована за допомогою різних, добре відомих методів. З цієї множини, як правило, обирається одна стратегія за певним набором критеріїв. Виходячи з цього, пропонується дещо інший шлях реалізації інноваційної стратегії, а саме - побудову нової стратегії, до якої увійдуть елементи з усіх можливих стратегій.

Критерій відбору застосовуватиметься не до усієї стратегії, а до окремих її елементів, тим самим знижуючи вірогідність помилки до мінімального значення. Саме ця, знову побудована стратегія, яка називається комбінованою, буде інноваційною стратегією, що підлягатиме реалізації. Для поділу стратегії на елементи застосовується метод, відомий як «збалансована система показників», або модель Нортон - Каплана. Потрібно адаптувати модель для своїх цілей - побудови комбінованої інноваційної стратегії підприємства основне призначення зазначеної концепції полягає у втіленні стратегічних орієнтирів менеджменту підприємства в реалії господарської діяльності, а також логічному поєднанні визначеної стратегії з вартісними показниками та поточною діяльністю [4].

Розробляючи інноваційні стратегії, необхідно врахувати такі їх особливості.

1. Стратегії підприємств перебувають під впливом змін у навколишньому середовищі. Вони можуть самі формувати ці зміни своїм активним впливом або відгукнутися у формі реакції (стратегії пристосовування). Зміни навколишнього середовища можуть бути такими, що вже наступили, або ще тільки очікуються.
2. Стратегії дають можливість встановити, яким чином можна ввести в дію наявний потенціал з урахуванням існуючих і очікуваних у майбутньому сильних та слабких сторін з тим, щоб виконати наміри підприємства.
3. Стратегії підприємства дають лише загальний напрям, за яким розвивається підприємство. Тому вони мають доповнюватися заходами тактичного порядку.
4. Мета стратегій підприємства - формування стійкого потенціалу успіху з урахуванням його переваг перед конкурентами.

Технічне переоснащення набуває все більшої актуальності для виробництв в умовах сучасної ринкової економіки. Конкуренція на ринку з кожним роком стає більш жорсткішою і вимагає від виробника зміцнення своїх позицій у різних аспектах. Зокрема, важливим моментом стає необхідність здійснення технічного переоснащення. Завдяки його впровадженню пришвидшується процес виробництва, знижуються витрати та підвищується якість продукції. Саме завдяки кращій якості може підвищитися попит на продукцію підприємства. Технічне переоснащення - сукупність заходів, який здійснюються за відсутності розширення виробництва, що направлені на підвищення технічного та економічного рівня деяких виробництв, цехів на основі впровадження новітніх технологій, обладнання, автоматизації виробництва, оновлення та заміни застарілого обладнання з метою підвищення ефективності виробничого процесу, покращення виробничих потужностей, розширення асортименту та покращення якості продукції, що в свою чергу підвищить продуктивності праці, зниження кількості використаних матеріалів і собівартості продукції, економії ресурсів.

Оборонна стратегія допомагає утримувати конкурентні позиції на ринках що вже освоєні підприємством. Характерною особливістю даної стратегії є знаходження оптимального значення таких показників - «витрати - результат» в процесі інноваційної діяльності. Головна мета оборонної стратегії через технічне переоснащення є вчасна реакція фірми на дії конкурентних компаній та аналіз технічних новинок у галузі діяльності підприємства.

Таким чином, в процесі дослідження встановлено, що успіх інноваційної стратегії малого підприємства залежить від обсягу необхідних ресурсів, якими володіє підприємство, від здатності до швидких змін, гнучкості менеджменту, неординарності створюваних інноваційних рішень, вміння оцінити і спрогнозувати комерційну вигоду, ефективності організаційно - управлінських механізмів, завдяки яким реалізуються інноваційні проекти, рівня розвитку інноваційної інфраструктури, яка підтримує діяльність підприємств цієї сфери.

***Список використаних джерел:***

1. Падерін І.Д. Стратегічне управління підприємствами малого та середнього бізнесу промислового регіону: [монографія] / І.Д. Падерін. - Д: Акцент ПП, 2016. - 184 с.
2. Круглов В.В. Формування інноваційної стратегії на торговельному підприємстві / В.В. Круглов, В.В. Бондаренко // Young Scientist. - 2016. - № 12. - С. 659-663.
3. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг / Ю.М. Мельник // Економіка харчової промисловості. - 2015. - Т. 7. - № 4. - С. 67-72.
4. Сіденко С.В. Інноваційна стратегія України / С.В. Сіденко // Стратегія розвитку України. - 2017. - № 1. - С. 3-6.

**Малік Л.М.**, к.е.н, доцент  
**Бондар І.Л.**, магістрант  
Київський кооперативний інститут бізнесу і  
права, м. Київ, Україна

## **ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Етапом розробки методології наукового управління став аналіз змісту роботи і визначення її основних компонентів. Потім була обґрунтована необхідність систематичного використання стимулювання з метою зацікавити працівників у збільшенні продуктивності праці і зростанні обсягів виробництва. У науці управління склалися сучасні найважливіші концепції, на основі яких внесено суттєвий внесок у розвиток сучасної теорії і практики управління [1]. Це концепція наукового управління, адміністративного управління, управління з позиції психології і людських відносин, управління з точки зору науки про поведінку людей. Визначилися такі наукові підходи до управління, які отримали розвиток в сучасних умовах: підхід до управління як до процесу, системний підхід, ситуаційний підхід. Організація розглядалася як замкнута система, поліпшення функціонування якої забезпечується за рахунок внутрішньо фірмової раціоналізації діяльності без урахування зовнішнього середовища [2]. У рамках класичної школи управління склалася концепція, що фірмою потрібно управляти систематизовано, для того, щоб більш ефективно досягати поставлених цілей, заради яких вона створена.

Концепція управління з позиції психології і людських відносин визначила менеджмент як «забезпечення виконання роботи за допомогою інших осіб». Дослідження довели, що мотивами вчинків людей є не економічні сили, як вважали прихильники концепції наукового управління, а різні потреби, які не можуть бути задоволені грошовим виразом. Виявилось, що продуктивність праці робітників здатна підвищуватися не стільки завдяки збільшенню заробітної плати, скільки в результаті зростання задоволеності робочих своєю працею і відносинами в колективі [3].

Інновації пов'язують різні за характером і способом управління області господарської діяльності: науку, виробництво, інвестиції, реалізацію продукції. Удосконалення стилів і прийомів інноваційного управління, швидке і адекватне реагування на зміну кон'юнктури ринку, гостра необхідність в управлінні впровадження нововведень, розвиток нових напрямків інструментів у роботі фірми, вдосконалення всіх основних елементів сучасного інноваційного менеджменту стосовно специфіки ринку дають можливість інноваторам використовувати всі види резервів для успішної інноваційної діяльності. Інноваційне управління представляє процес постійного оновлення різних сторін діяльності фірми. Воно включає не тільки технічні чи технологічні розробки, а й будь-які зміни в кращий бік у всіх сферах діяльності підприємства, а також в управлінні процесом нових знань [4]. Інновації можна представити як процес вдосконалення збалансованості різних областей роботи фірми. Для інноваційного

менеджера процес оновлення означає руйнування звичної орієнтації науково-виробничого персоналу та направлення його на пошук нових форм інноваційної діяльності, перетворення кожного працівника в джерело нововведень.

Інноваційний менеджмент – це особливий вид професійної діяльності, спрямований на досягнення конкретних інноваційних цілей, діючих в ринкових умовах фірми, оптимальних результатів на основі раціонального використання наукових, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, застосування різноманітних принципів, функцій і методів економічного механізму менеджменту. Інноваційний менеджер має справу з прогнозами, розрахунками, очікуваними показниками, враховувати специфіку інноваційної діяльності [5]. Інноваційним менеджерам доводиться вирішувати комплекс завдань: визначення цілей стратегічного управління і розвитку фірми; виявлення пріоритетних завдань, їх черговості і послідовності рішення; управління змінами на фірмі; розробка стратегії розвитку фірми – системи господарських завдань і шляхів їх вирішення; підготовка системи заходів з розробки та освоєння нових видів продукції (в рамках життєвого циклу продукції); оцінка необхідних ресурсів і пошук джерел їх забезпечення; забезпечення жорсткого контролю за виконанням поставлених завдань у сфері інноваційної діяльності; прогнозування як передбачення результатів розвитку фірми, що відбувається під впливом існуючих факторів; забезпечення життєздатності свого підприємства в умовах жорстокої конкуренції, незважаючи на будь-які ринкові колізії і несподіванки; досягнення максимального прибутку в конкретних умовах господарювання; постійне вдосконалення всієї роботи фірми на основі застосування найбільш сучасних методів управління; завчасна підготовка необхідних нововведень; поліпшення відповідно до мінливих вимог організаційної структури підприємства; забезпечення ефективної роботи кожного працівника окремо і колективу в цілому як єдиної взаємодіючої системи; систематична розробка і впровадження в практику підприємства більш досконалих форм бізнесу, проникнення в нові сфери підприємництва; визначення і досягнення на практиці цілей, відповідних інтересам фірми, виходячи із запитів ринку, споживача; вміння в розумних межах йти на ризик і в той же час бути здатним мінімізувати вплив ризикових ситуацій на фінансове становище фірми [6].

При системному підході виходячи з того, що керівники покликані розглядати організацію як сукупність взаємопов'язаних елементів – люди, структура, технологія, - які орієнтовані на досягнення різних цілей в умовах мінливого зовнішнього середовища. Ситуаційний підхід передбачає, що ефективність різних методів управління визначається конкретною ситуацією і найкращим є метод, який максимально відповідає її умовам. Наукові дискусії в цьому ключі відображають необхідність розробки наукової бази щодо використання потенціалу, створення умов для реалізації інноваційної діяльності та забезпечення ефективного управління змінами. Інновації стали стратегічним чинником соціально-економічного розвитку та стабілізації соціальної ситуації. Усвідомлення цього факту стимулювало формування державної підтримки розвитку інноваційного підприємництва і науки через створення моделей і

програм інноваційного розвитку, що стало найважливішим кроком на шляху формування комплексної системи управління, правового забезпечення інноваційної діяльності та концепції інноваційної політики [7].

Інноваційний менеджмент передбачає здійснення координації інноваційної діяльності через використання нових форм, принципів, засобів управлінської діяльності, пов'язаних з оновленням організаційних структур, використанням ресурсів інформаційних і соціальних мереж з метою активізації інноваційного потенціалу організації, стимулювання і мотивації творчої діяльності. Принципами інноваційного менеджменту виступають: раціональне поєднання методів управління; пріоритет стратегічних питань; використання наукових підходів; повага особистості і стимулювання активності співробітників; забезпечення оптимального морально-психологічного клімату та режиму праці; прагнення до децентралізації і колегіальності в діяльності. У число розв'язуваних завдань інноваційного менеджменту входить: 1. Визначення оптимальної структури організації; 2. Визначення інноваційної стратегії організації; 3. Організація освіти співробітників в системі інноваційного підприємництва; 4. Здійснення кадрової політики; 5. Забезпечення стимулювання та мотивації інноваційної активності; 6. Розробка стратегії адаптації.

Встановлено, що питання компетентного управління інноваційною діяльністю вирішуються в рамках менеджменту інновацій, який вимагає неодмінну реалізацію можливостей інноваційного менеджменту, забезпечуючи в такій взаємодії зростання ефективності інноваційних проектів та інноваційного потенціалу. Обґрунтовано, що принципами організації управління інноваційної діяльності підприємства виступають: раціональне поєднання методів управління; пріоритет стратегічних питань; використання наукових підходів; повага особистості і стимулювання активності співробітників; забезпечення оптимального морально-психологічного клімату та режиму праці; прагнення до децентралізації і колегіальності в діяльності.

#### *Список використаних джерел:*

1. Скрипник А. В. Інноваційні перспективи України // Фінанси України. – 2008. – № 5. – С. 103–114.
2. Шурик М. В. Фінансове забезпечення інноваційного процесу макрорегіону // Фінанси України. – 2008. – № 3. – С. 34–42.
3. Салига К.С. Методи визначення абсолютної ефективності інвестицій в інноваційні проекти / Збірник наукових праць "Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики". – Харків – 2009. – Вип. 2. – С. 128.
4. Матусевич Г.Г. Инновационная деятельность и оценка эффективности научных исследований / Г.Г. Матусевич, А.П. Бойко, О.Н. Бондаренко // Экономика и управление. – 2009. – № 2-3. – С. 73-80.
5. Дідівська Л. І. Тенденції розвитку роздрібних торговельних мереж та їх вплив на конкурентне середовище // Актуальні проблеми економіки. 2009. – № 8 (62). – С. 119.
6. Чаленко Н.В., Чаленко О.В. Ресурсно-інституційний підхід до оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – С. 151-154.
7. Руденко С.Ю. Механізм мотивації інноваційної діяльності // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – С. 124-135.

**Мартиненко А.В.**, аспірант  
**Науковий керівник: Перерва П.Г.**,  
д.е.н., професор, Національний технічний  
університет «Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків, Україна

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ТОВАРОМ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ**

Для того, щоб залишатися на ринку та бути конкурентоспроможним, кожне промислове підприємство повинно прогнозувати життєвий цикл інноваційного товару, проводити фінансово-економічний аналіз своєї діяльності та не дозволяти собі запускати збиткові проекти, оскільки в умовах обмеженості ресурсів це може призвести до їхнього банкрутства.

Складність інноваційної діяльності полягає в тривалості життєвого циклу інноваційного товару, що потребує проведення економічної оцінки інновації на кожній його стадії. Класичний життєвий цикл інновації (ЖЦІ) складається з декількох стадій: зародження, зростання, зрілість та спад. На нашу думку, найбільш доцільно розглядати ЖЦІ, який має п'ять стадій: дослідження і розробка (I), впровадження (II), зростання (III), зрілість (IV) та занепад (новий розвиток) (V) [1]. Порівняльний аналіз стадій життєвого циклу інноваційного товару представлений у таблиці 1.

Кожне підприємство, яке займається інноваційною діяльністю повинно постійно прогнозувати життєвий цикл своїх товарів і своєчасно на стадії зрілості та насичення основних товарних позицій виводити на ринок нові товари, які замінять старе покоління і стануть новими лідерами. Тобто для того, щоб управління товарною політикою на підприємстві було ефективним, в його асортименті повинні бути товари, так звані «дойні корови», які служать донорами для тих товарів, які знаходяться на етапі дослідження та розробки та потребують інвестиційних вкладень [2].

Перед тим, як розробляти маркетингову стратегію розвитку продукту, необхідно визначити на якій стадії життєвого циклу перебуває товар. Неправильний вибір стратегії управління продуктом може призвести до непередбачуваних витрат, збитків та до втрати частки ринку.

Кожна стадія життєвого циклу інновації має свої особливості, виконує конкретну роль в інноваційному процесі та управлінні інноваційною діяльністю та вимагає детального аналізу і правильного управління. Тому правильно визначивши, на якій стадії ЖЦІТ знаходиться продукт, можна спланувати ефективну стратегію його розвитку, визначити пріоритетні цілі і завдання продуктової, цінової, рекламної і збутової політики [3]. Збалансоване управління асортиментною політикою підприємства, прогнозування життєвого циклу товарів, своєчасне введення та виведення позицій, продовження тривалості життя продукції є безумовною запорукою успіху діяльності підприємства та його позицій на сучасному ринку.



Таблиця 1

## Порівняльний аналіз стадій життєвого циклу інноваційного товару

Стадія	Динаміка продажу та прибутку	Конкуренція	Ціноутворення	Управління асортиментом	Цільова аудиторія
Стадія дослідження та розробки	Інвестиційні вкладання (затрати); прогноз прибутку та обсягу продажу	Аналіз існуючих конкурентів на ринку	Розрахунок собівартості та відпускної ціни	Розробка нового продукту	Вибір цільової аудиторії
Стадія впровадження на ринок	Невеликий обсяг продажів з досить невеликим темпом зростання	Рівень конкуренції досить низький	Стратегія «зняття вершків» або стратегія низьких цін	Невеликий асортимент	Споживачі - новатори
Стадія зростання	Інтенсивне зростання прибутку і продажів	Конкуренція зростає за рахунок виходу на ринок з удосконаленими продуктами	Зниження ціни для збільшення доступності товару	Розширення товарної лінії, нові варіації продукту, поліпшення якісних характеристик товару	Товар приймається масовим споживачем
Стадія зрілості	Стабілізація рівня продажів, уповільнення темпів приросту	Рівень конкуренції на ринку стає максимальним	Середній рівень цін. Стале цінове позиціонування	Модифікація і поліпшення існуючого асортименту	Максимальне охоплення цільової аудиторії
Стадія занепаду	Зниження обсягу продажів і прибутку, зростання витрат, можливі збиткові продажі	Головні конкуренти - великі виробники	Зниження середніх цін для утримання споживачів	Скорочення асортиментної лінії, залишаються найуспішніші варіації товару	Обсяг продажу може триматися на мінімальному рівні за рахунок консерваторів

*Список використаних джерел:*

1. Кравчук А.В. Аналіз існуючих методів економічної оцінки ефективності промислових інновацій. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. 2019. Випуск 2/2019 (115). С.69-78.
2. Беспалюк Х.М. Управління інноваційною діяльністю підприємства на основі планування життєвих циклів товарів. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2010. С. 188-195.

3. Кравчук А.В. Особливості різних стадій життєвого циклу інновацій. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (5 жовтня 2018 р). – Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. – С.222-223.

**Момот В.Є.**, д.е.н., професор  
Університет імені Альфреда Нобеля,  
м. Дніпро, Україна

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ НА ОСНОВІ КОМБІНАТОРНОГО АНАЛІЗУ**

Створення засадничих основ для інноваційного розвитку вітчизняних підприємств є дуже важливою задачею, з вирішенням якої пов'язується сама можливість успіху у глобальній конкуренції. Зазвичай для вирішення цієї задачі ведеться на рівні національної економіки, коли формуються пропозиції та заходи щодо створення оптимальних умов для інноваційної діяльності через відповідні кроки у сфері законодавства, вдосконалення інвестиційного клімату, системи національних пріоритетів для державного фінансування інновацій тощо. Зрозуміло, що цей напрямок діяльності є надважливим, навіть життєво необхідним для стратегічного розвитку держави. Але не менш важливим є вивчення інноваційної діяльності на мікрорівні, рівні підприємства. Дійсно, наявність коштів, сприятлива законодавча база, забезпечення перспектив просування інноваційної продукції на міжнародному ринку – все це можна віднести до макрорівню забезпечення інноваційної діяльності. Не менш важливим є те, як інновації створюються та засвоюються на рівні окремого підприємства, тобто занурення до мікрорівню. Слід зауважити, що ці процеси, котрі впроваджуються на рівні окремого підприємства також можуть стати причиною гальмування інноваційної діяльності, якщо всередині підприємства існують потужні сили спротиву інноваціям, або відсутні надійні механізми засвоєння інновацій.

Ще одним випадком коли успіх інноваційної діяльності залежить від взаємодії на мікрорівні є ситуація, коли інноваційного продукту починається вже на стадії розробки та потенційний споживач навіть несвідомо може брати активну участь в його створенні. Це у власну чергу може призвести до того, що проблеми з майбутнім збутом інноваційного креативного продукту виникають ще у процесі задумки та початку створення, але вони зазвичай не потрапляють до центру уваги розробників. Разом з тим, очевидним є й те, що у багатьох випадках ці майбутні проблеми можна вирішити навіть на етапі формулювання бачення нового продукту, або розробки технічного завдання на його проектування.

Математичне моделювання процесу інноваційного розвитку базується на класичній моделі дифузії інновацій під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

Така модель відноситься до класу феноменологічних моделей, тобто вона містить певне вербальне припущення щодо характеру розвитку процесу, який вивчається за допомогою такої моделі, котре у власну чергу дозволяє сформулювати математичний запис у вигляді певного рівняння. З точки зору

розгортання інноваційного процесу всередині організації, дана модель означає, що темпи росту прихильників інновацій в організації прямо пропорційні частці співробітників, котрі ще не освоїли інновацію. Зрозуміло, що кількість цих співробітників прямує до нуля у міру розповсюдження інновації у організації.

Разом з тим, це математичне формулювання включає ще й набір коефіцієнтів, котрі визначаються на основі емпіричних даних. Відповідне, точність результуючої моделі повністю залежить як від адекватності даних, що використовувалися для її ідентифікації, так й від методу обчислення цих коефіцієнтів.

Вивчення інноваційної діяльності на мікрорівні, визначення того, як інновації створюються та засвоюються на рівні окремого підприємства є дуже важливою задачею тому, що ці процеси, котрі впроваджуються на рівні окремого підприємства також можуть стати причиною гальмування інноваційної діяльності, якщо всередині підприємства існують потужні сили спротиву інноваціям, або відсутні надійні механізми засвоєння інновацій. Ще одним випадком коли успіх інноваційної діяльності залежить від взаємодії на мікрорівні є ситуація, коли інноваційного продукту починається вже на стадії розробки та потенційний споживач навіть несвідомо може брати активну участь в його створенні.

Динаміка інноваційного процесу на підприємстві складається у засвоєнні інновацій співробітниками з зовнішніх та внутрішніх джерел, яке відбувається з обмеженою швидкістю, темпи росту прихильників інновацій в організації прямо пропорційні частці співробітників, котрі ще не освоїли інновацію. Така модель, як вже вказувалося, відноситься до класу феноменологічних моделей, тобто вона містить певне вербальне припущення щодо характеру розвитку процесу, який вивчається за допомогою такої моделі, котре дозволяє сформулювати математичний запис. Для визначення коефіцієнтів такої моделі використовуються методи зворотної ідентифікації, що належить до класу т. зв. некоректних задач, тому що може мати цілу множину рішень.

Чутливість до зовнішнього впливу збільшується при зростанні кількості співробітників організації, що займається впровадженням інновації; тобто в міру зростання розмірів підприємства саме зовнішній вплив набуває значення більш впливового фактору, що спричинює засвоєння інновацій.

Тобто на основі феноменологічного моделювання встановлене, що зовнішнє середовище схильне чинити більш потужний вплив на розвиток інноваційного процесу, ніж коефіцієнт імітації, який «відповідає» за особливості внутрішніх обмінів під час розповсюдження інновації у середині підприємства. Крім того, встановлене, що при зростанні кількості співробітників організації, що займається впровадженням інновації, чутливість до зовнішнього впливу збільшується, тобто в міру зростання розмірів підприємства саме зовнішній вплив набуває значення більш впливового фактору, що спричинює засвоєння інновацій.

Найрозповсюдженіші моделі дифузії інновацій, які знаходяться у постійному розвитку, також викликають певну критику у професійному середовищі. Напрямок такої критики існує досить багато, але можна виділити щонайменше три з них, що наводяться найчастіше. Це:

- замкненість та «статичність» моделей, що виходять з припущення про те, що кількість потенційних реципієнтів інновації є постійною та точно відомою заздалегідь;
- непряме допущення про «бінарний» характер сприйняття інновації, коли є тільки два можливих стана індивідуального члена організації відносно інновації – сприйняття інновацій або необізнаність з нею;
- «парний» характер взаємовідносин в середині організації, тобто засвоєння інновації можливе виключно у парах.

Перша з названих проблем не стосується постановки завдання даного дослідження тому, що вивчаються інноваційні процеси у середині замкненої системи – підприємства, де кількість співробітників є постійною та відомою заздалегідь. Але стосовно двох інших зауважень, то дійсно, вони є суттєвим спрощенням реального розвитку інноваційного процесу та мають бути враховані для подальшого розвитку підходів до математичного моделювання цих складних явищ.

Коефіцієнт імітації повинен залежати від структури команд, що працюють над інноваціями, та, відповідно, враховує обміни інформацією в середині багаточисельних команд, що займається розробкою та впровадженням інноваційних проектів та складаються з учасників, що грають різні ролі у окремих проектах.

Для відображення «непарних» взаємодій усередині підприємства, що впроваджує інновації та впливу «небінарного» характеру реакції на інновацію було використано елементи комбінаторики, де визначаються кількості сполучень та перестановок у формуванні вибірок з певної генеральної сполученості.

Врахування конкретних розмірів команд, що займаються впровадженням інноваційного проекту є реакцією на критику щодо неявного припущення про «парний» характер засвоєння інновацій, що заложено у фундаментальну модель дифузії інновацій. Дійсно, введення таких «інноваційних команд», що формуються на підприємстві або у наслідку самоорганізації, або у наслідку прямого адміністрування інноваційного процесу, дозволяє при вивченні процесу розповсюдження інновацій перейти від дещо спрощеного сприйняття акту засвоєння інновацій в наслідку безпосереднього обміну інформацією між двома учасниками до вивчення комплексних взаємодій, що відбуваються у певних структурах. У підході, що автори вважають за виправданий у даному контексті, постулюється той факт, що для остаточного успішного засвоєння (створення) інновації потрібна певна команда з досить чітким розподілом ролей, що введений у відповідному розділі даного дослідження. Іншими словами – за умов комбінованого зовнішнього та внутрішнього впливу інновація може бути створена/засвоєна тільки у випадку, коли було побудовано мінімальну групу учасників інноваційного процесу, що у обов'язковому порядку включає всі ролі, необхідні для реалізації інноваційної діяльності. Конкретний розмір «інноваційної команди» може залежати від складності інноваційного проекту, потужності зовнішнього впливу, що спонукає організацію до його впровадження, політики підприємства у галузі інноваційної діяльності та інші індивідуальні та загальні

фактори. Крім того на розмір команди також може впливати поєднання ролей, що грають її учасники. Нажаль вивчення особливостей формування інноваційних команд та ідентифікація факторів, що впливають на їх розвиток не входять до кола задач даної роботи, але безумовно можуть бути враховані, як дуже цікавий напрямок подальших досліджень.

Відповідно до запропонованого механізму поступового залучення «реципієнтів» до інновацій шляхом неодноразового підключення до різних груп, що активно займаються створенням/засвоєнням інновацій, на практиці об'єктивно призводить до збільшення їх розміру.

**Михайлова Д.С.**, студентка  
**Науковий керівник: Захарченко Н.В.**,  
д.е.н., професор, Одеський національний  
університет імені І.І. Мечникова, м. Одеса, Україна

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

На фоні погіршення соціально-економічного стану держави, кризи фондового ринку та банківського сектору, венчурне інвестування є специфічним різновидом фінансових вкладень у високотехнологічне виробництво, додатковим інструментом неоіндустріального розвитку України, в якому пріоритетним є перехід до “розумних” (smart) і “зелених” виробничих технологій, які направлені на зменшення споживання енерго- і матеріальних ресурсів, автоматизацію обчислень, програмне забезпечення, розвиток нано- і біотехнологій та ін. Саме венчурний капітал є одним із привабливих нетрадиційних джерел фінансування таких інноваційних проектів підприємств з генерації нових високотехнологічних продуктів.

За визначенням Української асоціації венчурного бізнесу, венчурний капітал (від англ. «*venture*» – ризиковане підприємство) – це довгостроковий, ризиковий капітал, що інвестується в акції нових і швидкозростаючих компаній з метою отримання великого прибутку після реєстрації акцій цих компаній на фондовій біржі [4].

Сьогодні в Україні недостатньо ефективна система управління інноваційними процесами, не повною мірою діють венчурні фонди, порушуються закони щодо охорони прав інтелектуальної власності, а значна частина наукового потенціалу працює на аутсорс або емігрує. Значної кризи зазнають вищі навчальні заклади, які є основою кадрової інфраструктури для забезпечення українських підприємств фахівцями, здатними впроваджувати інноваційні технологічні та адміністративні технології. Досі залишається заниженою заробітна плата наукових фахівців.

Беручи до уваги досвід інших країн, венчурне інвестування позитивно впливає на загальний інноваційний стан в країні: підвищує рівень технічної та наукової озброєності, посилює якісну конкурентну боротьбу, а також є дієвим

інструментом примноження капіталу, що позитивно впливає на економіку країни [3].

Джерела венчурного капіталу – інвестори, які прагнуть отримати високий дохід. Вони виступають донорами бізнесу. Реципієнтами є підприємці, яким потрібні вливання капіталу. Між ними знаходяться венчурні фонди, які заробляють гроші на процедурі посередництва між зацікавленими сторонами [1].

Як наслідок, ефективна діяльність венчурних фондів, критично необхідних для фінансової підтримки інноваційних та інвестиційних проектів в Україні, неможлива без участі держави. Тому на перший план виступає проблема законодавчого врегулювання діяльності венчурних структур. З метою її вирішення слід забезпечити удосконалення вітчизняного законодавства у напрямках визначення сутності, функцій та принципів діяльності справді венчурних фондів і венчурних компаній та переорієнтації венчурного сектору на співпрацю з вітчизняною науково-технологічною сферою. Нормативно-правова база повинна забезпечувати державну підтримку системи венчурного інвестування, в тому числі шляхом внесення відповідних змін та доповнень до податкового, митного і банківського законодавства, створення належних правових механізмів для розвитку вторинного фондового ринку, зокрема біржової торгівлі цінними паперами венчурних підприємств, системи електронних торгів тощо. Головним завданням венчурного бізнесу повинні стати встановлення зв'язків між науково-дослідними інститутами, вузами і підприємствами та стимулювання фінансування наукових досліджень і прикладних розробок [5].

Важливою умовою входження венчурних фондів до кола фінансових важелів при фінансуванні зростаючих галузей української економіки є полегшення умов доступу до інвестиційних джерел фінансування. Досі не розроблений механізм входження іноземного капіталу та інституційних інвесторів, приватних пенсійних фондів на реальний ринок інвестування. Діючі закони й нормативно-правові акти не відповідають вимогам сьогодення і тим самим скорочують потенційну інвестиційну складову. Але наявна потреба у додаткових джерелах наповнення бюджету і збільшення робочих місць значно активізує процес розробки програм державної підтримки, які повинні врахувати механізми залучення інвестицій на різних стадіях інвестиційного процесу та визначити пріоритетні галузі державно-приватного партнерства [1]. Крім цього, необхідне забезпечення державою пільгових умов для функціонування в Україні великих іноземних венчурних фондів та стимулювання розвитку національних, які мають формуватися вже з часткою державного фінансування. Цим самим держава повинна демонструвати свою готовність ділити разом із приватними та інституційними інвесторами ризики таких інвестицій. Однак її роль у розвитку венчурного інвестування має бути координуючою, а не керівною [2].

Таким чином, для ефективного впровадження та реалізації венчурного інвестування необхідне вирішення завдань фінансового забезпечення; створення відповідної інфраструктури і сприятливих умов функціонування; забезпечення ефективної взаємодії між державою, наукою і бізнесом з орієнтацією на світові

тенденції; вирішення організаційно-структурних проблем, освітніх програм і людських ресурсів.

**Список використаних джерел:**

1. Замлинський В.А. Сучасний стан та перспективи розвитку венчурного інвестування як складової фінансового забезпечення інноваційної діяльності України URL: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/5-6\(76-77\)/uazt\\_2014\\_5-6\\_19.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/5-6(76-77)/uazt_2014_5-6_19.pdf)
2. Національна модель неоіндустріального розвитку України: моногр. / В.П. Вишневський, Л.О. Збаразська, М.Ю. Заніздра, В.Д. Чекіна та ін.; за заг. ред. В.П. Вишневського / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2016. – 518 с. URL : [https://ie.org.ua/wp-content/uploads/monografiyi/2016/2016\\_mono\\_Vishnevskiy\\_Zbarazska\\_Zanizdra\\_Chekina.pdf](https://ie.org.ua/wp-content/uploads/monografiyi/2016/2016_mono_Vishnevskiy_Zbarazska_Zanizdra_Chekina.pdf)
3. Тарумов В.О., Лободзинська Т.П. Перспективи та можливості розвитку венчурного підприємництва в Україні. URL : [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13\\_ukr/50.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/50.pdf)
4. Українська асоціація інвестиційного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу. URL : [http://www.uaib.com.ua/files/articles/204/13\\_4.pdf](http://www.uaib.com.ua/files/articles/204/13_4.pdf)
5. Янченко З. Б. Сучасні особливості та перспективи розвитку венчурного фінансування в Україні. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=361>

**Наконечна Т.В.**, к.е.н., доцент  
**Гринів Н.Т.**, к.е.н., доцент  
Національний університет «Львівська  
політехніка», м. Львів, Україна

**ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ FABLAB МЕРЕЖІ ТА  
АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЙ НА ЕТАПІ  
ПРОТОТИПУВАННЯ**

Глобальна FabLab мережа була сформована у 2005 році для сприяння та підтримки розвитку міжнародної мережі навчально-виробничих лабораторій FabLab, а також побудові та розвитку національних, регіональних і міських FabLab мереж з метою об'єднати їх в єдиний інформаційний та навчально-виробничий простір. За допомогою FabLab до глобальної мережі підключаються спільноти учнів, викладачів, дослідників, виробників і новаторів, які використовують глобальну FabLab мережу для обміну знаннями.

В Україні перші FabLab з'явилися за приватною ініціативою та фінансувалися приватними інвесторами, які були безпосередньо зацікавленими в проектах. Сьогодні ці FabLab фінансуються за допомогою проведення майстер класів, продажі абонементів на користування обладнання, погодинна оплата використання обладнання та консультаційний супровід, виконання проектів під замовлення для приватних компаній.

Яскравим прикладом, як фінансуються етапи комерціалізація бізнес-ідей та проектів вітчизняних FabLab є фінансування діяльності FabLab MIRONAFT. Він розташована в Одеській національній академії харчових технологій. Головний напрям діяльності є галузь мехатроніки та робототехніки, займаємося всіма напрямками розвитку як промислової, так і споживчої робототехніки. Основним джерелом фінансування FabLab MIRONAFT є кошти місцевого бюджету, так в

створення лабораторії місцевим бюджетом м. Одеса було інвестовано 4297683 грн. При цьому FabLab MiRONAFT став лабораторією технічний простір спільної роботи, де кожен студент може реалізувати свої бізнес-ідеї, а однією з наших основних цілей лабораторії є популяризація технічної освіти в цілому та робототехніки зокрема [1].

Причиною створення лабораторії була відсутність відкритого простору технічної співпраці в академії та в місті в цілому. Молоді люди зі своїми власними бізнес-ідеями не мали майданчиків на яких можна створити прототип, власної новації. MiRONAFT FabLab став місцем, де кожен громадянин, незалежно від його віку, кваліфікації, місця навчання або роботи, з належною консультацією персоналу лабораторії, може здійснити свої ідеї абсолютно безкоштовно [2].

Світогляд MiRONAFT FabLab спрямований на вивчення, розвиток і інтеграцію робототехніки у всіх сферах людської діяльності, звільнення людських ресурсів на користь творчої діяльності. Більшістю учасниками FabLab є студенти Одеського національній академії харчових технологій.

Етапи комерціалізації та їх фінансування є наступні. Для початку реалізації власної ідеї, новатор повинна прийти і представити свою ідею FabLab.

Команда FabLab підбирає для кожного, хто хоче реалізувати свою ідею, робоче місце, допомагає із розробками, монтажем, тестування прототипу, а також надає ручні інструменти. Важливим для створення робототехніки є наявність програмного забезпечення, яке надає безкоштовно глобальна FabLab мережа. Також спеціалізовану літературу та консультації персонал та учасники лабораторії надають безкоштовно, однак існує одна умова доступу, яку повинен дотримуватись учасники FabLab - 20% часу, витраченого на MiRONAFT, добровільно присвятити суспільно значущим подіям у житті лабораторії, а саме: допомогу в організації та проведенні заходів, фестивалів, виставок, майстер-класів, тренінгів, громадських робочих днів [2].

Лабораторія має можливість розвиватися завдяки співпраці з компаніями партнерами Camozzi, Qweedo Robotics, Siemens, Festo, Phoenix Contact, Schneider Electric, SocTrade, Universal Robots, які мають найсучасніші типи обладнання для навчання та модернізації [3]. MiRONAFT також проводить платні заходи та майстер класи, що дає можливість більше дізнатись і отримати практичні навички. FabLab MiRONAFT виконує замовлення державних та приватним підприємств по створенню прототипу робототехніки (пневматики, гідравліки, електричних маніпуляторів, 3D-моделювання, програмування контролерів, верстати з ЧПУ) [2].

Даний FabLab MiRONAFT має обладнання, яке відповідає статуту FabLab, проте він має вузьку спільність у робототехніці.

Другим був створений FabLab «Лампа» на базі НУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Ініціатором створення FabLab «Лампа» є вищий навчальний заклад. Фінансування відбулося за рахунок місцевого бюджету та бюджету ВНЗ. Фінансування підтримки роботи відбувається за допомогою грантів та приватних інвесторів. Користування обладнанням є безкоштовним для кожного. Для фінансування проектів FabLab



«Лампа» використовуються два основних джерела це, кошти місцевого бюджету м. Києва та кошти бюджету НУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

Важливим для розвитку інновацій в Західному регіоні України стало відкриття у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя інноваційної лабораторію FabLab на базі Центру 3D технологій в рамках європейського проекту програми Еразмус+ "Створення мережі та інфраструктури підтримки молодіжного інноваційного підприємництва на платформі FabLab ". Джерелами фінансування створення FabLab стали: кошти державного бюджету (кошти Міністерства освіти і науки України); кошти Програми міжнародної співпраці Європейського Союзу ЕРАЗМУС+ [1]. Дана програма підтримує проекти, партнерства, заходи і мобільність у сфері освіти, професійної підготовки, молодіжної політики та спорту (2014-2020 рр.) [2].

Важливим для розвитку Львівської області стало створення у Львові за ініціатива НУ «Львівська політехніка», Науково-технологічного парку "Яворів", ГО «Тех Стартап Скул» та ГО "Офіс залучення інвестицій в малий та середній бізнес" технологічної лабораторії інновацій TechLabInno. Фінансування 90% на створення та функціонування заплановано із державного бюджету, а 10% із інших джерел фінансування. Даний бюджет склав 12 млн. грн. Даний FabLab повинен стати найбільшим в Україні і він буде відкритим для кожного [2].

Серед основних джерел фінансування стартапів, які впроваджуються через FabLab структури виділяють: особисті заощадження стартаперів; бізнес-партнерство; модель «3Д»: домашні, друзі, знайомі; кредитування; венчурні фонди; бізнес-ангели; бізнес-інкубатори, бізнес-акселератори; краудфандинг; грантові організації; IPO; субсидії держави [3].

Популярним методом фінансування комерціалізації новацій в FabLab структурах став краудфандинг. Краудфандинг, або народне фінансування, – це залучення до фінансування проекту великої кількості людей, зацікавлених у його реалізації. Як правило, збір коштів відбувається серед інтернет-користувачів на спеціальних web-сайтах (краудфандингових платформах) [3]. Спонсорам передбачено нематеріальну винагороду у вигляді готового продукту чи інших подарунків, які безпосередньо стосуються проекту. Відповідальність за реалізацію проекту закріплюють за ініціатором юридично. Задовго до початку реалізації проекту ви вже будете спільноту навколо ідеї, дістаєте зворотний зв'язок, створюєте інфоприводи. Люди, які повірили у вас на такому ранньому етапі, стануть лояльними клієнтами й «адвокатами бренду», саме собою запуститься «сарафанне радіо». Як тільки проект стартує, у вас вже будуть клієнти, партнери та широка популярність. Утвердилися дві моделі збору грошей: «усе або нічого» та «гнучке фінансування». У першому випадку автор або збирає 100% суми, або гроші повертають спонсорам. У другому – скільки збереш, стільки й забирай. Другий варіант здається прийнятнішим для авторів проектів, але перший викликає значно більше довіри у спонсорів.

Основним результатом створення FabLab є те, що молодь, дослідники, викладачі, виробники, новатори отримала майданчик, де могла безкоштовно

навчитись працювати на високотехнологічному обладнанні та отримати теоретичні і практичні навички щодо прототипування власних бізнес-ідей.

**Список використаних джерел:**

1. Бетлій О. Пріоритети допомоги ЄС Україні: взаємовигідний рух назустріч: аналітичний звіт. / О. Бетлій та ін. // URL: [http://www.ier.com.ua/files//publications/Books/2018/IER\\_Priority\\_reform\\_report\\_6.07.2018\\_1.pdf](http://www.ier.com.ua/files//publications/Books/2018/IER_Priority_reform_report_6.07.2018_1.pdf) (дата звернення: 11.12.2018).
2. Звіт щодо Індексу цифрової економіки та суспільства (Digital Economy and Society Index, DESI) (опублікованого 18 травня 2018 року). URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/news/latest-statistics-ict-sector-and-its-rd-investment-available>
3. Козик В. В. Дослідження становлення і розвитку FabLab як форми взаємодії науки і виробництва в Україні. / В.В. Козик та ін. // Міжнародний науковий журнал «Технологічний аудит та резерви виробництва». 2019. №1. URL: <http://journals.uran.ua/tarp/issue/archive> (дата звернення: 01.09. 2019)

**Ніколаєва А.М.**, к.е.н., доцент

**Іщук Л.І.**, к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет,  
м. Луцьк, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Підприємства, що займаються інноваційною діяльністю, завжди були рушійною силою розвитку економіки країни. На відміну від підприємств не зайнятих розробкою інноваційних проектів, на інноваційних підприємствах гостро постає питання забезпечення достатнього обсягу фінансування як операційної так і інноваційної діяльності. Тому грамотному управлінню грошовими потоками на таких підприємствах повинна приділятися належна увага.

Як показало дослідження, ті стандартні інструменти управління грошовими потоками, що застосовуються сьогодні на інноваційних підприємствах, в більшості своїй їм не підходять, оскільки вони не враховують специфіку інноваційної діяльності, не дозволяють своєчасно приймати необхідні управлінські рішення. Тому є необхідність в дослідженні особливостей видів грошових потоків підприємств, що займаються інноваційною діяльністю.

Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність», інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг [1]. Отже, віднесення підприємства до категорії інноваційного можливо лише, якщо воно постійно здійснює розробку, виробництво і реалізацію інноваційної продукції.

Будь-яке інноваційне підприємство може здійснювати інноваційну діяльність тільки за умов наявності грошових коштів для її фінансування. Інноваційне підприємство може отримувати грошові кошти на здійснення

інноваційної діяльності з різних джерел. Згідно з українським законодавством передбачені такі джерела фінансування інноваційної діяльності [1]:

а) кошти Державного бюджету України;

б) кошти місцевих бюджетів і кошти бюджету Автономної Республіки Крим;

в) власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ;

г) власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності;

д) кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб;

е) інші джерела, не заборонені законодавством України.

У результаті руху грошей на інноваційному підприємстві виникають специфічні грошові потоки, що є частиною його фінансової діяльності, а також утворюються певні грошові фонди, які відрізняють його від підприємства, яке не зайняте інноваційною діяльністю. Специфіка грошових потоків і грошових фондів інноваційного підприємства визначається, перш за все, особливостями розробки, виробництва і реалізації інноваційної продукції:

– виручка від реалізації інноваційної продукції відсутня тривалий час, оскільки для її появи інноваційна продукція повинна знайти своїх споживачів;

– найважливішим джерелом фінансування її розробки і виробництва виступають кошти фондів цільового фінансування інновацій;

– розробка інноваційної продукції та виробництво її першої партії тягне за собою отримання державних охоронних документів, а також підтримання їх в силі, що тягне за собою певні витрати.

Дослідженню сутності та видів грошових потоків у вітчизняних і зарубіжних наукових джерелах присвячено достатньо уваги. Це праці таких відомих зарубіжних і вітчизняних науковців, як Ю. Брігхем, Р. Брейлі, Дж. Ван Хорн, Б. Коласс, С. Фішер, А. Шеремета, І. Бланк, Н. Завадська, А. Поддєрьогін, Р. Слав'юк, О. Терещенко та ін. Найбільш повно класифікацію грошових потоків, на нашу думку, висвітлює І.О. Бланк, де він виокремлює 19 ознак і відповідні види грошових потоків [2, с. 520-521]. Охарактеризуємо особливості видів грошових потоків, що притаманні інноваційним підприємствам.

Так, для недавно створюваних інноваційних підприємств грошові потоки за рівнем достатності обсягу є, зазвичай, дефіцитними і сума чистого грошового потоку від операційної діяльності за звітний період характеризується негативною величиною. Це пов'язано, перш за все, з тим, що наявних грошових коштів завжди не вистачає на фінансування всіх інноваційних проектів, які прагнуть вести інноваційні підприємства. Для інноваційних підприємств, які вже змогли знайти постійний ринок збуту своєї інноваційної продукції і почали отримувати запланований прибуток за проектом, сума чистого грошового потоку від операційної діяльності за звітний період стає, як правило, позитивною, а самі грошові потоки стають надлишковими.

Від інвестиційної діяльності у багатьох інноваційних підприємств надходження часто несуттєво, але перевищують виплати. Це пояснюється тим, що інноваційні підприємства в більшості своїй отримують на безповоротній основі

цільові кошти на розвиток інноваційної діяльності від різних інвестиційних фондів, органів місцевого управління тощо (наприклад, на розвиток виробництва запатентованої продукції, що не має аналогів в світі). Також в якості надходжень від інвестиційної діяльності інноваційного підприємства виступають кошти від продажу патентів або ліцензій. Тому чистий потік грошових коштів від інвестиційної діяльності інноваційного підприємства часто позитивний, проте дефіцитний (надходжень недостатньо для повного покриття всіх витрат підприємства по його інноваційних проектах).

Від фінансової діяльності інноваційне підприємство часто має більше надходжень, ніж виплат. Тільки тут, цільові надходження на розвиток інноваційної діяльності з різних джерел здійснюються на поворотній основі в якості кредитів і позик. Чистий потік грошових коштів в рамках фінансової діяльності у багатьох інноваційних підприємств часто позитивний, але дефіцитний, оскільки надходжень у вигляді кредитів і позик, як правило, недостатньо для покриття повної потреби в цілеспрямованому витрачанні грошових коштів.

Безліч грошових потоків інноваційного підприємства, зазвичай, є дискретними (наприклад, одиначне безоплатне надходження від фонду або оплата науковим співробітникам відрядження для випробування інноваційної продукції). Це пов'язано, перш за все, з тим, що інноваційне підприємство, діючи в умовах невизначеності і ризику, здійснює безліч одиначних господарських операцій.

Грошові потоки інноваційного підприємства характеризуються також певними особливостями, обумовленими специфікою інноваційної діяльності, такими як: ризиковий характер її здійснення, своєрідні джерела її фінансування, наявність надзвичайних (непередбачених) витрат в процесі її здійснення, неможливість управляти обсягом і терміном цільового фінансування.

Так, за можливістю управління виділяють керований і некерований грошові потоки. Це потоки, які, відповідно, можуть бути змінені в часі або за обсягом за бажанням менеджерів і які не можуть бути змінені в часі або за обсягом менеджерами підприємства. Найбільш значимі для інноваційного підприємства грошові потоки (фінансування інноваційних проектів з різних джерел) є некерованими. Менеджери ніяк не можуть впливати на те, коли і в якому обсязі, наприклад, Фонд розвитку інновацій зможе перевести гроші на рахунок інноваційного підприємства. Як правило, фонди затримують перерахування грошових коштів і розбивають загальну суму фінансування на кілька траншів.

За ступенем поворотності грошовий потік інноваційного підприємства можна поділити на грошовий потік на поворотній основі і грошовий потік на безповоротній основі. Це пояснюється тим, що грошові кошти, що виділяються з різних джерел на фінансування інновацій, інноваційне підприємство може отримувати як на поворотній, так і на безповоротній основі (наприклад, фінансова підтримка інноваційних проектів за рахунок коштів з державного чи місцевих бюджетів). Така класифікація грошових потоків інноваційного підприємства дозволяє по-різному ними управляти, враховуючи особливості отримання та повернення фінансування з різних джерел.

Оскільки випуск інноваційного продукту на ринок пов'язаний з певною невизначеністю і ризиком, то грошові потоки, пов'язані з інноваційною діяльністю, можуть бути як надійними так і ризиковими. Більшість грошових потоків вітчизняних інноваційних підприємств носять переважно ризиковий характер.

Таким чином, врахування всіх особливостей грошових потоків інноваційних підприємств дозволить значно підвищити ефективність управлінських рішень під час їх господарювання та забезпечить підвищення прибутковості інноваційної діяльності.

**Список використаних джерел:**

1. Про інноваційну діяльність: Закон України № 40-IV від 04.07.2002. *Відомості Верховної Ради*. 2002. №36. Ст. 266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 23.10.2019 р.).
2. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб.. К. : Ельга, 2008. 724 с.

**Письменна Т. В.**, к.е.н., доцент кафедри фінансового менеджменту та страхування Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль, Україна

## **СУЧАСНИЙ СТАН ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

За сучасних тенденцій розвитку економіки кожен суб'єкт господарювання усвідомлює, що його місце поряд з іншими економічними агентами визначається конкурентоспроможністю. У свою чергу, забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання можливе тільки за умови використання нових технологій, упровадження сучасного устаткування, виробництва вдосконаленої продукції. Усе свідчить про необхідність активізації інноваційної діяльності суб'єкта господарювання для зміцнення його конкурентної позиції у ринковому середовищі.

Звертаючись до суті інноваційного розвитку підприємства, зазначимо, що цей процес передбачає впровадження перспективних нововведень для забезпечення стратегічної гнучкості суб'єкта господарювання. У його ході відбувається орієнтація діяльності підприємства на отримання високих фінансових результатів за рахунок інноваційних чинників, що передбачають постійний пошук нових засобів і сфер реалізації потенціалу суб'єкта господарювання.

Нагадаємо, що результати інноваційної діяльності підприємства можуть бути втілені у новій або вдосконаленій продукції, що виробляється зі застосуванням новітніх методів на базі сучасного обладнання. Тому, прагнучи модернізувати свою технологічну базу, суб'єкти господарювання у ході здійснення інноваційної діяльності суттєво витрачаються на придбання машин і обладнання.

З огляду на зазначене вище, процес управління інноваційним розвитком підприємства набуває важливого значення у нестабільному економічному середовищі. Цей процес зводиться до системного управління інноваційною діяльністю підприємства з метою досягнення його економічної стабільності шляхом нарощування та реалізації інноваційного потенціалу, що включає інтелектуальні, інформаційні, організаційно-управлінські, виробничі, технологічні та фінансові ресурси, для перетворення його у інноваційний капітал, здатний забезпечити інноваційний розвиток суб'єкта господарювання [1, с. 128].

За нашим спостереженням, одні суб'єкти господарювання виявляють посилений інтерес до технологічного оновлення виробництва, тому вважаються інноваційно активними, а інші, відповідно, відносяться до неінноваційних суб'єктів господарювання. Це підтверджують статистичні дані про відносне значення кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств в Україні. Як свідчать наші розрахунки, упродовж 2012–2018 рр. цей показник у середньому дорівнював 17% [2].

З даних у табл. 1 видно, що впродовж 2012–2018 рр. найбільший обсяг витрат на інновації становив 23299,5 млн. грн. у 2016 р. Порівняно з цим значенням у 2018 р. обсяг витрат на інновації зменшився на 11049,4 млн. грн. і дорівнював 12180,1 млн. грн. За досліджуваний період серед усіх джерел фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні переважали власні кошти, обсяг яких знаходився у межах від 6540,3 млн. грн. у 2014 р. до 22036,0 млн. грн. у 2016 р. Поряд з цим, у 2012–2018 рр. інноваційна діяльність промислових підприємств фінансувалася за рахунок коштів державного бюджету, коштів інвесторів-нерезидентів, а також з інших джерел.

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні у 2012–2018 рр.

(Млн. грн.)

Показники	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Витрати на інновації	11480,6	9562,6	7695,9	13813,7	23229,5	9117,5	12180,1
У т. ч.:							
Власні кошти	7335,9	6973,4	6540,3	13427,0	22036,0	7704,1	10742,0
Кошти державного бюджету	224,3	24,7	344,1	55,1	179,0	227,3	639,1
Кошти інвесторів-нерезидентів	994,8	1253,2	138,7	58,6	23,4	107,8	107,0
Кошти з інших джерел	2525,6	1311,3	672,8	273,0	991,1	1078,3	692,0

Примітка. Складено автором на основі [3].

Зважаючи на те, що вітчизняні підприємства, які впроваджують інновації, фінансують витрати на інноваційну діяльність переважно за рахунок власних коштів, то це джерело можна вважати основним у сучасних економічних умовах

[4, с. 453]. Проте, використання тільки власних коштів значно звужує можливості вітчизняних підприємств для реалізації їхнього інноваційного потенціалу.

Таким чином, активне впровадження у процес виробництва новітніх досягнень науки і техніки та використання інноваційних технологій дає змогу підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Такий висновок зроблено на основі того, що завдяки проведенню інноваційної діяльності досягається економічне зростання, а це, у свою чергу, збільшує потенціал суб'єктів господарювання та гарантує їм вирішення економічних, соціальних та інших проблем [5, с. 150–151].

Водночас, зважаючи на те, що у ході інноваційної діяльності підприємства стикаються з високим ступенем невизначеності та ризику, важливо при фінансуванні інноваційних проектів використовувати різноманітні джерела. Це дасть змогу забезпечити ефективне впровадження інновацій з їх подальшою комерціалізацією, що гарантуватиме зростання фінансової віддачі від інноваційної діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 2. С. 122–135.
2. Частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 24.10.2019).
3. Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 24.10.2019).
4. Колодяжна І. В., Борблік К. Е. Джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств України. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. С. 448–453.
5. Лепетюха Н. В., Липська А. С. Сучасний стан інноваційної діяльності промислових підприємств України. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 18. С. 150–158.

**Пономаренко В.І.**, студентка  
**Науковий керівник: Івашко Л.М.**,  
к.е.н., доцент  
Одеський національний університет  
ім. І.І. Мечникова, м. Одеса, Україна

## **ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Підприємство, яке працює у ринковій економіці, піддається впливам зовнішнього середовища, в якому, як правило, відбуваються швидкі зміни, викликані різними факторами: зміною кон'юнктури, насиченням ринків збуту, появою нових видів продукції тощо. Зміни, що відбуваються, підвищують ступінь невизначеності при прийнятті рішень, а, отже, збільшується ризик при досягненні запланованих результатів. У таких умовах підприємству необхідно мати орієнтир руху вперед - стратегію розвитку, котра забезпечує не лише стабільну діяльність компанії, але і високий рівень її конкурентоспроможності протягом тривалого часу.

У сучасних швидкоплинних умовах, коли стратегія тісно пов'язана з правилами конкурентної боротьби, менеджер повинен чітко усвідомити, що майбутній розвиток його компанії залежить від правильного вибору стратегії. Будь-яка стратегія, спрямована на розвиток компанії, повинна бути спрямована на завоювання конкурентних позицій (зовнішніх елементів) з однієї сторони та на постійне самовдосконалення компанії (внутрішніх елементів) з іншої.

Така стратегія повинна носити інноваційний характер, оскільки для планомірного розвитку компанія завжди повинна робити акцент на інновації. Застосування нових виробничих та управлінських технологій дозволить підприємству в майбутньому скоротити витрати на виробництво продукції і підтримку устаткування, залучити нових споживачів, збільшити обсяги власного виробництва і зайняти лідируючі позиції серед конкурентів.

Таким чином, інноваційну стратегію можна визначити як формування перспективних напрямків розвитку компанії із застосуванням нових науково-технічних досягнень і методів управління з метою завоювання лідерських позицій у конкурентній боротьбі в певній сфері діяльності [1].

Окрім внутрішньовиробничого процесу, інноваційна стратегія повинна стосуватися і забезпечуючих систем, тобто необхідне використання інновацій в екологічній, фінансовій, інформаційній, логістичній, культурно-соціальній, організаційно-управлінській сферах.

Будь-яка інноваційна стратегія повинна мати напрямок діяльності: виробництво інноваційного продукту, забезпечення інноваційної інфраструктури, інноваційні технології в екології, інноваційні інформаційні розробки, інноваційні методи управління персоналом, інноваційні логістичні прийоми тощо [1, 2].

Залежно від обраного напрямку, розробляються відповідні стратегії. Взагалі компанія повинна розробляти і застосовувати інноваційні стратегії в усіх напрямках, але на практиці вони стикаються з рядом обмежень, який унеможливує реалізацію такої розробки.

В інноваційному стратегічному процесі можна виділити шість етапів: визначення цілей компанії через інноваційно-стратегічний розвиток; аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів інноваційної діяльності компанії; розробка інноваційних стратегій; вибір інноваційної стратегії; реалізація інноваційної стратегії; контроль та оцінка реалізації інноваційної стратегії та інноваційно-інвестиційних проектів [1].

Підприємствами можуть бути обрані та реалізовані різноманітні види інноваційних стратегій розвитку. Ключовими є стратегії розробки нової продукції, диверсифікації та диференціації. Вибір виду стратегії залежить від ступеня насиченості ринку, швидкості розвитку галузі та можливостей підприємства.

Так, стратегія розробки нової продукції ефективна в тому випадку, коли підприємство має декілька видів наукомісткої, високотехнологічної продукції, яка користується попитом у споживачів. У цьому випадку підприємство розробляє нову або модифікує наявну продукцію для існуючих ринків, поліпшує її якість і



реалізує споживачам, лояльно налаштованим по відношенню до даного підприємства.

Стратегія диверсифікації використовується для того, щоб підприємство не стало занадто залежним від успішності впровадження наукоємної, високотехнологічної продукції одного або декількох видів. Підприємство починає розробляти і випускати продукцію нових видів, орієнтовану на нові ринки.

Стратегія диференціації передбачає, що підприємство націлює свою роботу на великий ринок, пропонуючи унікальну наукомістку, високотехнологічну продукцію. У цьому разі ціна не грає істотної ролі, оскільки споживачі проявляють достатню лояльність до продукції [2].

Таким чином, стратегія інноваційного розвитку підприємства є запорукою створення, утримання і нарощування конкурентних переваг, вона націлена на максимальне задоволення потреб і збільшення попиту, з одного боку, і всебічне використання можливостей виробництва, інноваційного, науково-технічного та інтелектуального потенціалу, з іншої. Лише використання стратегії, побудованої на принципах ідеї постійного інноваційного розвитку, дозволить підприємству довготривало та успішно існувати на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Уразова Н.Г., Колчина З.В. Инновационная стратегия как основа развития компании. *Вестник ИрГТУ. Экономика.* №1 (48). 2011. С. 222-227.
2. Лютова И.И. Разработка и реализация стратегии инновационного развития предприятия. *Вестник Адыгейского государственного университета.* Серия 5: Экономика 2010. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/razrabotka-i-realizatsiya-strategii-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiya> (дата звернення: 22.10.19).

**Sova Olena,**  
PhD in economics,  
Assistant professor,  
National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine,  
Kyiv, Ukraine

## **USING TECHNOLOGY TO IMPROVE PROJECT MANAGEMENT**

Project management is a set of activities which includes initiating, planning, executing, controlling and closing projects. It's an approach that gives you principles, techniques, and tools to help you finish things on time and within budget.

According to the «Project Management Body of Knowledge» (The PMBOK Guide, the standard guidebook for project managers around the world), there are 5 types of project management (PM) processes [1]:

1. Initiating - recognizing the beginning of the project or a phase and that one phase can continue into the next one. Initiation process keeps the team focused on the business or halt the project if it fails to meet all the needs and preferences.
2. Planning - creating a workable scheme that will include clearly defined activities, cost estimates, schedule development and resource planning.

3. Executing - carrying out the processes which are followed by regular information distribution and team development.

4. Monitoring and controlling - controlling the quality of project results, observing significant changes and making necessary adjustments to the project

5. Closing - gathering all the necessary data to ensure that the project is completed.

The processes do not necessarily follow a chronological pattern.

A project management tool helps virtual teams communicate better and be more productive. However, you shouldn't rely too much on technology because there are always some jobs that are not suited for it.

By using project management software, you will be able to handle information in a more affordable way and leverage your team's productivity. It's a true lifesaver for busy business owners looking for a way how to deliver their project in the most efficient way.

Long ago were the days when project management was viewed as merely a highly technical discipline. Today, project management is no longer a tedious time-consuming job as it used to be [3, p. 4-6].

A Project Support Office (PSO) is an organizational body (or entity) that provides services, which support project management. These can range from providing simple support functions to helping link projects to strategic goals. Not all organizations have a PSO.

A Project Support Office can [4]:

- offer administrative support, assistance and training to Project Managers and other staff;
- collect, analyze and report on project progress data and information;
- assist with project scheduling, resource planning, coordination and Project Management Information System use;
- maintain a central project repository (of Project Documents, Risks, Lessons Learned);
- coordinate configuration management and quality assurance activities;
- monitor adherence to methodology guidelines and other organizational standards;
- tailor the project management methodology to new best practices and help project teams implement the updated methodology effectively.

Firms invest in PM tools and techniques, such as computer software for sophisticated schedule and budget tracking in intricate organizational process designs like concurrent engineering.

In today's complex, technologically advanced business environment, project managers have a distinct advantage. In the past five years alone, there has been a solid increase in technologies that were built to enhance and reorganize project development with greater synchronicity, making a project manager's job simpler, more intuitive and more easily adaptable to the ever-changing technological landscape. Here are just a few instances of how technology used in project management is changing the game for the better [2]:

1. Collaboration Tools.
2. Project Tracking.
3. Information-Gathering Tools.
4. Scheduling Software.
5. Workflow Automation.

Being able to align IT with business means bridging the gap that all too often exists between what technology promises and what it actually delivers. Elimination of that gap requires that you find proven methods to minimize cost and maximize benefits of information technology. To have a strong customer base and sustainability we need to have a consistent synchronization of project management and technology management with organization's vision, mission, goals and strategies.

Spending more on project management technology can increase your organizational growth so that you can keep pace with the competition.

1. A guide to the project management body of knowledge - PMBOK® Guide. Project Management Institute; Sixth Edition. September 22, 2017. *URL:* <http://faspa.ir/wp-content/uploads/2017/09/PMBOK6-2017.pdf>

2. Doug Uptmor. Five Technologies That Can Improve Project Management September 20, 2017. *URL:* <https://www.clarizen.com/five-technologies-can-improve-project-management>

3. Project Management Methodologies and Frameworks. *URL:* <https://activecollab.com/project-management>

4. PM<sup>2</sup> Project Management Methodology. Brussels, Luxembourg, 2018. *URL:* <https://www.pm2alliance.eu/wp-content/uploads/2019/05/PM%C2%B2-project-management-methodology.pdf>

**Стецько М. В.**, к.е.н., доцент  
Тернопільський національний економічний  
університет, м. Тернопіль, Україна

## **ВАЖЕЛІ ВИБОРУ ІНСТРУМЕНТІВ ДОВГОСТРОКОВОГО ТА СЕРЕДНЬОСТРОКОВОГО ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ**

Внутрішнє фінансування підприємств є основним джерелом довгострокового і середньострокового фінансового забезпечення та відіграє в цій якості ключову роль в їхній фінансовій політиці. Збільшення капіталу і особливо у великих компаніях, залишається важливим завданням, навіть якщо воно відіграє незначну роль в якості фінансування інвестицій, так як розкриває не тільки фінансові проблеми, а й проблеми управління.

Найбільш значний внесок у дослідження проблем інвестиційної діяльності підприємств внесли вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: О. Барановський, Дж. Бейлі, І. Бланк, О. Гараєв [1], М. Денисенко [2], А. Дамодаран, В. Корнєєв, О. Пристемський [3], Г. Філіна [4], В. Федосов, та ін.

Самофінансування є важливим індикатором фінансового існування сучасного підприємства. Це пов'язано з тим, що самофінансування часто стає об'єктом суперечок, до яких залучаються зацікавлені особи, які беруть участь в господарських процесах підприємства: стейкхолдери та шехолдери. Більшість підприємств приділяють прогнозам самофінансування основну роль в межах своєї

фінансової політики, яка відображена в інвестиційному та фінансовому плануванні. Це означає, що фінансовий менеджер встановлює основні змінні, які визначають майбутні потоки самофінансування. Деякі найбільш значні з цих змінних мають комерційний характер інші ближчі до фінансової сфери і є в компетенції фінансового менеджера.

Фінансові витрати, які підприємство повинно здійснити за взятими в минулому позиками, як правило, обмежують поточні і майбутні можливості самофінансування. Але зв'язки, що існують між кредиторською заборгованістю і самофінансуванням, зазвичай більш складні, ніж ця взаємозалежність. Самофінансування – це одночасно і необхідна умова позики, і засіб її обслуговування. Відомо, що банківські та небанківські фінансово-кредитні установи, які надають кредити підприємству, встановлюють для нього певні критерії, які орієнтуються на минулу і прогнозовану здатність до фінансування, що обмежує обсяги кредиту або поріг покриття фінансових потреб.

Самофінансування є для підприємства основною умовою звернення до позики. Більшість кредиторів погоджуються зазвичай фінансувати проекти підприємства тільки в тому випадку, якщо воно самостійно приймає участь в їх фінансуванні. Крім того, самофінансування підприємства є для кредиторів гарантією погашення позики.

Необхідно відзначити, що незалежно від позиції кредиторів менеджери, які укладають кредитний договір для фінансування інвестиційного проекту, орієнтуються на позитивні результати цього проекту, які дозволять оплатити відсотки, погасити безпосередньо позику, а також забезпечити запас ліквідних коштів, здатних профінансувати всі або частину майбутніх інвестицій на реновацію. У зв'язку з цим сама позика може розглядатися як очікуване в майбутньому самофінансування. Таким чином, між самофінансуванням і позикою існують наступні двосторонні взаємозв'язки: по-перше, зв'язок, який враховує поведінку кредиторів і відображає за допомогою відносних показників можливість підприємства взяти та повернути позику; по-друге, зв'язок, який полягає в тому, що менеджмент підприємства вбачає в позиці майбутнє самофінансування.

Отже політика самофінансування підприємства пов'язана з політикою розподілу прибутку: рішення виплатити більшу або меншу частину свого прибутку акціонерам у формі дивідендів визначає розмір сум, які воно спрямує в резерви. Отже, вибір співвідношення між дивідендами і чистим прибутком звітного року, тобто коефіцієнт розподілу є фундаментальним. Причиною такого вибору є теоретичні підходи до нього та практика розподілу.

Якщо акції товариства вільно котируються на біржі то без сумніву саме в цьому типі компаній різниця між спрямованим в резерви та розподіленим прибутком найлегше піддається аналізу. Отже для компаній, акції яких котируються на біржі, мова йде, про виплату дивідендів значному числу своїх акціонерів, які їй довіряють.

Акціонери, особливо найменш вибагливіші з них, зазвичай вважають за краще отримати дивіденди, які можуть покрити їх найближчі витрати або інші

вкладення. Проте більшість акціонерів, які позбавлені реальної влади в компанії, досить негативно відносяться до самофінансування і не згодні з менеджментом, який дуже часто «в інтересах компанії» переконає в нарощуванні самофінансування як способі її економічного зростання в майбутньому. Насправді проблема значно складніша, і не тільки тому, що склад акціонерів досить різноманітний, але і тому, що при неможливості задовольнити мінімальні вимоги своїх акціонерів, менеджмент піддає компанію на певний ризик. Єдине, що може зробити міноритарний акціонер, щоб висловити свою незгоду з політикою правління і більшості, – це продати власні акції. Якщо така поведінка має масовий характер, то може призвести до стагнації або падіння курсу акцій, що в кінцевому рахунку зробить більш важким і дорогим збільшення капіталу та змусить компанію брати цей процес під контроль.

Отже для інвестора, який вирішує вкласти свої кошти в покупку акцій певної компанії, її минула дивідендна політика є орієнтиром на майбутнє. І якщо він повинен вибрати між цінними паперами двох компаній, що мають приблизно одні й ті ж показники ризику та рівноцінний прибуток, то він вважатиме за краще придбати акції тієї компанії, яка виплачує більше дивідендів. А компанія, що сплачує їх менше, матиме більше труднощів з реалізацією своїх нових емісій. Крім того, щоб збільшити капітал на задану суму, необхідно буде випустити певну кількість цінних паперів, обсяг яких буде більшим, чим нижчим буде курс акцій. Таким чином, в майбутньому по них доведеться виплачувати ще більше дивідендів. Припустивши, що зниження курсу є наслідком політики самофінансування, остання стає ще більш обтяжливою при збільшенні капіталу. Виходить, що підприємство, що віддає перевагу самофінансування, може бути змушене відмовитися від емісії нових акцій, тому що вони або складно реалізуються, або стали занадто дорогими.

*Список використаних джерел:*

1. Гараєва О. Р. Анализ инвестиционных проектов и формирование инвестиционного портфеля. Проблемы современной науки и образования. 2015. № 7 (37). С. 1-2.
2. Денисенко М. Можливості активізації інвестування в сучасних умовах. Економіка України. 2003. № 1. С. 28-32.
3. Пристемський О. С. Самофінансування як основа забезпечення фінансової безпеки підприємства. Вісник Бердянського університету менеджменту. 2012. № 4. С. 106-108.
4. Філіна Г. І. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 320 с.

**Терещенко К.О.**, студентка

**Науковий керівник: Мікуляк К.А.**, асистент

Миколаївський національний аграрний

університет, м. Миколаїв, Україна

**ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА**

В умовах адаптації соціально-економічного середовища України до європейських і глобалізаційних процесів одним із головних напрямів розвитку

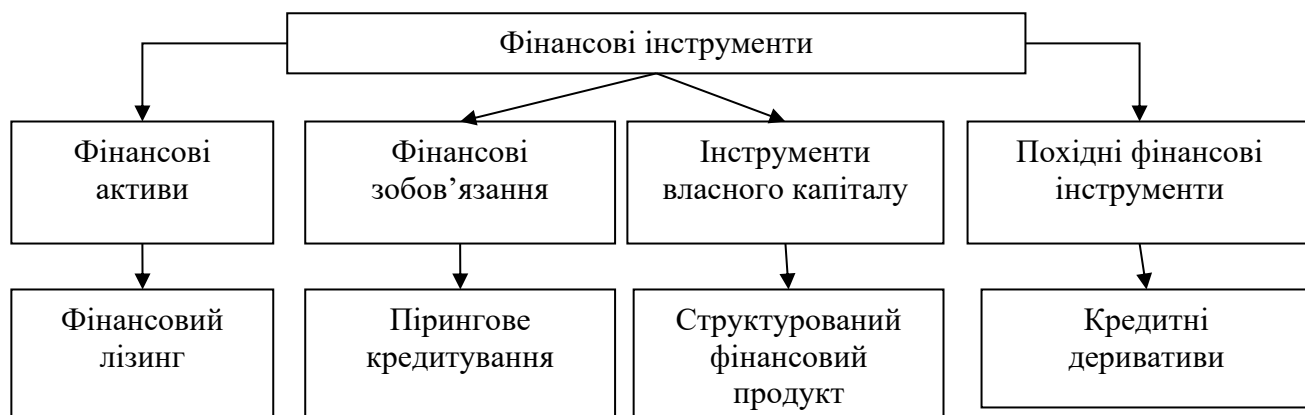
економіки є розширення виробничого потенціалу вітчизняних підприємств. Враховуючи те, що за 2016-2018 рр. можна спостерігати лідерство з нарощення експорту рекордних розмірів (18,8 млрд дол. США з показником рівня рентабельності 17,9 %) виключно у сільському господарстві [4], стимулювання діяльності агротоваровиробників є актуальним. Однак, проблеми фінансового забезпечення інноваційного розвитку виробництва у сільському господарстві, на сьогодні, є невирішеними. Через це виникає необхідність пошуку дієвих механізмів поєднання економічного розвитку з фінансовими критеріями. Одним із таких важливих напрямів є розширення меж використання фінансових інструментів.

Дослідженню фінансових інструментів стимулювання розвитку підприємств аграрного сектора присвячені наукові розробки таких вчених, як: Дропи Я. Б. [1], Петракова Я. В. [5]. У публікаціях науковців закладене вагоме теоретико-методичне підґрунтя для дослідження проблем сталості у стимулюванні економічного розвитку підприємств аграрного сектора на засадах розширеного використання фінансових інструментів. Масштабність цих проблем дає можливість знаходити попередньо недосліджені аспекти і продовжувати наукові пошуки.

У П(С)БО 13 «Фінансові інструменти» [6] зазначається, що фінансовим інструментом є контракт, який одночасно зумовлює виникнення (збільшення) фінансового активу в одного підприємства і фінансового зобов'язання або інструменту власного капіталу в іншого. Подібним є визначення МСБО 32 «Фінансові інструменти: подання» [2], у якому зазначено, що фінансовий інструмент (financial instrument) представляє собою будь-який договір, у результаті якого одночасно виникають: фінансове зобов'язання або пайовий інструмент в однієї сторони і фінансовий актив – в іншій. Ми погоджуємося з думкою Дропи Я. Б., що фінансовий інструмент можна визначати як особливий продукт фінансового ринку, що за своєю формою представляє договір або угоду, що використовується для залучення фінансових ресурсів однією стороною й отримання прибутків та/або економічної вигоди – іншою [1].

Відповідно до П(С)БО 13 «Фінансові інструменти» [6] поділяються залежно від умов, зазначених у контракті, на: фінансові активи, фінансові зобов'язання, інструменти власного капіталу і похідні фінансові інструменти. Серед них стимулюючими для розвитку вітчизняних агротоваровиробників є: фінансовий лізинг, пірингове кредитування, кредитні деривативи і структурний фінансовий продукт (рис. 1).

При цьому, серед фінансових активів, агротоваровиробнику необхідно звернути увагу на фінансовий лізинг, який ціленаправлений на вирішення проблеми оновлення основних фондів. Вартість чинних договорів фінансового лізингу укладених у галузі сільського господарства станом на 30.09.2019 р. склала 3474,60 млн грн (28,2% у загальній величині), що на 25,3% більше, порівняно з аналогічним періодом 2018 р. [3].



**Рисунок 1** – Фінансові інструменти стимулювання розвитку підприємств аграрного сектора

Джерело: розроблено за даними [1,5,3]

Особливе місце серед фінансових зобов'язань, які стимулюють розвиток агротоваровиробників займає «пірингове кредитування», що передбачає процес видачі і отримання позик без використання в якості посередників традиційних фінансових інститутів. Як правило, пірингове кредитування реалізується за допомогою інтернет-платформ, де користувачі можуть виступати як в ролі кредитора, так і позичальника. При цьому кредит не є трансакцією єдиного суб'єкту, а виступає як агрегація ряду дрібних позик [5].

Ще одним видом структурованих фінансових інструментів, які відокремлюють кредитний ризик від активу є кредитні деривативи [1], що використовується з метою підвищення ліквідності, диверсифікації ризику та оптимізації доходу.

Таким чином, проведене нами дослідження дає змогу говорити про те, що злагоджена робота взаємопов'язаних фінансових інструментів є стимулюючим фактором розвитку підприємств аграрної сфери, оскільки сприяє нарощенню виробничого потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дропа Я. Б. Фінансові інструменти формування ресурсів у національній економіці в умовах глобалізації. *Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського. Серія: Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 16. С. 682-687.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 32 «Фінансові інструменти: подання». URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_029](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_029) (дата звернення: 16.10.2019).
3. Нацкомфінпослуг: офіційний сайт. URL: <https://www.nfp.gov.ua> (дата звернення: 16.10.2019).
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 16.10.2019).
5. Петраков Я. В. Фінансові інструменти : сутність та класифікація. URL : // [http://journals.urau.ua/nvp\\_chntu/article/view/84140/79615](http://journals.urau.ua/nvp_chntu/article/view/84140/79615) (дата звернення: 16.10.2019).
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01> (дата звернення: 16.10.2019).

**Терлецька В.О.** к.е.н.,  
асистент кафедри Менеджменту і  
міжнародного підприємництва  
Національний університет «Львівська  
політехніка», м. Львів, Україна

### **ВЕНЧУРНЕ ФІНАНСУВАННЯ**

На сьогодні інноваційна модель розвитку є однією з найбільш ефективних та вартісних. Вона ґрунтується на розвитку наукових досліджень, що трансформуються у нові види продукції, сучасні технології виробництва та забезпечують обмін надбаннями на комерційних засадах.

Як відомо, венчурний капітал є чинником прискорення розвитку НТП. Світова практика підтвердила, що виникнення венчурного капіталу призвело до значної активізації інноваційних процесів.

Принципова відмінність венчурного капіталу від традиційного фінансування визначається у тому, що інвестування здійснюється в ідею, проект з підвищеним рівнем ризику, а провідна роль в інвестуванні наукових досліджень і розробок поступово переходить від державного до приватного сектора.

Створення й освоєння нових технологій з одночасною максимізацією прибутку з підвищеною долею ризику потребує співпраці з активними, досвідченими, стратегічно орієнтованими інституційними інвесторами, що спеціалізуються на підборі та управлінні технологічними інноваційними проектами, погоджуються йти на виправданий ризик задля отримання доходу.

Особливістю венчурного капіталу є його залежність від людського фактору, оскільки інтелектуальний капітал людини створює основу функціонування венчурного бізнесу. Отже, венчурний капітал є інтегрованою єдністю фінансового та інтелектуального капіталів.

Венчурному капіталу притаманний синергетичний ефект впливу на ділову активність шляхом розвитку інноваційної діяльності.

Все це дає підстави стверджувати, що венчурний капітал як особливий фактор інноваційного економічного зростання сприяє перетворенню господарських систем різного рівня на інноваційний тип розвитку для ефективного структурного оновлення економіки.

Особливостями венчурного капіталу є: високий ступінь ризику; постійний зв'язок з інноваційною і науково-технічною діяльністю; поєднання фінансового та інтелектуального ресурсів; різна прибутковість на окремих фазах його життєвого циклу. Для ринку венчурного капіталу, який належить до типу ринків недосконалої конкуренції, характерні прояви асиметрії: нерівномірний розподіл інформації між суб'єктами - венчурними інвесторами та споживачами (реципієнтами) капіталу. Інформаційні переваги, як правило, мають реципієнти венчурного капіталу. В цьому ринковому середовищі пропозиція та попит врівноважуються ринковими посередниками - компаніями венчурного капіталу [1, с. 27-28].

Головними чинниками, що сприяють розвитку венчурного бізнесу у світі є: наявність науково-освітньої бази та потужного дослідницького сектора;



розвиненість фінансових інститутів і ринків страхового й пенсійного секторів; наявність та розвиненість фондового ринку; політична й макроекономічна стабільність, стале економічне зростання; стабільний попит з боку держави та приватного сектора на наукові дослідження й розробки; наявність вільного капіталу [3, с. 115]. В Україні ж більшість зазначених умов має суперечливий характер, оскільки на сьогодні венчурний бізнес перебуває лише на стадії раннього розвитку, що зумовлено політичною та економічною ситуацією.

Сьогодні венчурний бізнес займає провідне місце у світовій інвестиційній індустрії. Він є засобом високоприбуткового розміщення капіталу й ефективним механізмом упровадження інновацій. Світова спільнота вже давно і дуже активно використовує можливості венчурних інструментів для розвитку реального сектора економіки і підвищення прибутковості активів [4, с. 392].

У фінансовій сфері розвитку інноваційної діяльності країн ЄС та США за останні 20 років відбулися істотні зміни.

За географічним розподілом інвестицій венчурного капіталу за 2012-2016 рр. спостерігається тенденція до зростання: Азія – від 5 до 39 млрд. дол., Європа – від 10 до 16 млрд. дол., Америка – від 43 до 72 млрд. дол. та США – від 41 до 69 млрд. дол.[4]

Америка після двох років сильної венчурної активності зазнала суттєвого скорочення обсягу угод – на 22,9% [4, 5]. Вартість угод також знизилася з рекордно високого показника 2015 р. у 82 млрд. дол. до 72 млрд. дол. Серед обсягу венчурних інвестицій на континенті більше половини припадає на США, де венчурний капітал за 2016 р. склав 69,1 млрд. дол. Порівняно з піком в 79,3 млрд. дол., що спостерігався в 2015 р., а загальна активність скоротилася більше ніж на 20%.

За даними [3, с. 392], у деяких випадках економічний спад був майже неминучим, оскільки циклічний бум в інвестиційній діяльності призвів до переоцінених сподівань, результатом чого стало зростання суми фінансування, та разом із тим деякі інвестори починали відступати. Але навіть тоді, коли активність знизилася, інвестори, як і раніше, готові вкладати до перспективних компаній значні інвестиції, якщо вони зможуть задовольнити більш суворі критерії якості.

Європа зазнала зниження венчурного капіталу на 11% за вказаний період, а кількість угод зменшилася на 28% [4]. Це пов'язано із британською стратегією Brexit і ступенем геополітичної невизначеності в інших європейських країнах. Разом з тим обмінні курси євро, британського фунта і долара допомогли зберегти певну стійкість європейського ринку венчурного капіталу.

Обсяг венчурного інвестування в Азії за 2016 р. відзначився стабільністю. Це пов'язано з тим, що на початку 2016 р. багато регіонів підтримували загальне фінансування в Азії, а в другій половині року обсяги інвестування склали лише 500 млн. дол.

В сучасних умовах відтоку капіталу з України, колапсу у банківській сфері, «рекордного» бюджетного дефіциту головним джерелом припинення катастрофічного падіння економіки є тісне співробітництво з міжнародними

фінансовими організаціями: Світовим банком, Міжнародним валютним фондом та іншими іноземними фінансовими установами, які надають значні кошти, розробляють проекти виходу на траєкторію сталого економічного зростання. Ефективність розподілу залучених фінансових ресурсів як джерела розвитку і поступової інтеграції України в систему світового господарства є пропорційною обсягам виробництва валової продукції, золотовалютних резервів, державному боргу. Кредити переважно використовуються на покриття дефіцитів платіжних бюджетів, сплати відсотків за попередні позики, тобто на зменшення загрози дефолту. Незважаючи на отримані кредитні ресурси, досі не вирішені стратегічні проблеми структурних перебудов, не запроваджені дієві моделі переорієнтування економіки країни відповідно до вимог міжнародних фінансових установ. Сучасна економічна політика глобалізації, розвиток фінансових інноваційних технологій потребують підвищення ефективності зовнішніх запозичень та активізації небанківського сектора фінансування, модифікації наявного механізму державного регулювання, формування й добір ефективних, інноваційних, експортоорієнтованих проектів з позиції потреб іноземних фінансових партнерів [5].

Аналіз венчурної індустрії в Україні за період 2014–2017 рр. характеризувався такими особливостями: зменшенням кількості номпаній з управління активами (КУА) та нестабільністю інститутів спільного інвестування (ІСІ), низькою часткою активів ІСІ в обсязі ВВП країни, незначною присутністю венчурних фондів на організованих ринках через малу прибутковість та високий рівень ризику.

Умови функціонування венчурних фірм в Україні на сьогоднішній день відрізняються від умов функціонування у державах з розвиненою економікою, тому потенціал інноваційного управління повинен максимально враховувати особливості, традиції та специфіку країни в цілому та регіону. Вищезазначені фактори перешкоджають розвитку венчурного фінансування в Україні і потребують удосконалення всього механізму впровадження інноваційних проектів, що мають перспективу виходу на конкуренту ринкову арену. Основним джерелом подолання наявних бар'єрів є стабільна державна підтримка та ініціативність, а також заохочення венчурного інвестування як на ранніх стадіях, так і під час подальшої реалізації перспективних ідей.

Отже, підсумовуючи вищесказане, варто наголосити, що венчурне інвестування є ефективним інструментом впливу на основні макроекономічні показники в країні. Активізація венчурного інвестування в Україні має стати пріоритетним завданням як органів державної влади, так і міжнародних фінансових інститутів і приватних інвесторів.

Важлива роль для розвитку венчурного фінансування належить державі та повинна супроводжуватися створенням інституційних механізмів управління та регулювання, які охоплюють не лише нормативно – правові акти, а й повинна регулюватися державними установами з використанням системи специфічно - орієнтованих регуляторів у вигляді національних ініціатив та програм. Можливість застосування нових фінансових інструментів активізації інноваційної

діяльності в Україні дозволить частково вирішити наявні проблеми, насамперед, малого й середнього бізнесу.

**Список використаних джерел:**

1. Пилипенко Б.Г. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційних процесів: дис. ...кандидата ек. наук: 08.00.08 Пилипенко Борис Григорович. – К., 2015. – 273 с.
2. Поляк, М. М. Сучасний стан та перспективи розвитку венчурного інвестування в Україні [Електронний ресурс] / М. М. Поляк // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 5. – С. 113–116.
3. Мордань Є.Ю. Венчурне інвестування в Україні та світі: сучасні тенденції та особливості розвитку [Електронний ресурс] / Є.Ю. Мордань, Ю.В. Відменко, Ж.О. Кобець //Гроші, фінанси та кредит. - 2018. - Випуск 17. - С.391-399.
4. Venture Pulse: Global Analysis of Venture Funding. KPMG International. URL: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights.html>.
5. Замлинський В.А. Сучасний стан та перспективи розвитку венчурного інвестування як складової фінансового забезпечення інноваційної діяльності України [Електронний ресурс] / В.А. Замлинський // Фінанси. Економічна безпека Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія. Економічні науки. Науковий журнал. – 2014. -Випуск №5-6. - С. 172-179.

**Тимошук Л.А.**, магістрант,  
СНУ ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна  
**Науковий керівник: Ліпич Л.Г.**, д.е.н.,  
професор кафедри економіки, безпеки та  
інноваційної діяльності підприємства СНУ ім. Лесі  
Українки, м. Луцьк, Україна

## **ОЦІНЮВАННЯ ЧИННИКІВ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ**

Технологічне оновлення підприємства вимагає значних капітальних і поточних витрат, які за економічною сутністю є інвестиційними, що необхідні для придбання нового обладнання, реконструкції виробничих приміщень, встановлення і запуску в роботу технологічних ліній і агрегатів. Враховуючи це, під час формування рішення про технологічне оновлення підприємства слід виконати два важливих аналітичних завдання – оцінити потребу підприємства у інвестиційних ресурсах та оцінити чинники, які впливають на рівень інвестиційного забезпечення підприємства. Виконання цих завдань надасть керівникам підприємств інформацію про обсяг інвестицій, які необхідно залучити для технологічного оновлення підприємства, на основі чого вони зможуть аргументовано приймати рішення щодо вибору джерел і методів залучення інвестицій. Отже, для виявлення фактичного стану інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємства і розроблення аргументованих рекомендацій з його покращання необхідним є ідентифікувати та оцінити чинники, які впливають на означений процес.

На наш погляд, найбільш значущими можна виділити наступні чинники:

рівень інвестиційних ризиків, пов'язаних з технологічним оновленням підприємства (мова йде про ймовірність втрати вкладених у інвестиційний проект коштів, або недоотримання очікуваних ефектів від інвестування);

обсяг інвестицій, необхідних для технологічного оновлення підприємства (від обсягу інвестицій залежить вибір джерел залучення інвестиційних ресурсів, умови залучення інвестицій, термін окупності інвестицій. З огляду на це, даний чинник є одним з основних індикаторів під час прийняття інвестиційних рішень);

інвестиційна сприйнятливість підприємства (конкуренція на ринках вимагає постійного вкладення коштів у підприємство у напрямку оновлення технологічних процесів. За такої перспективи розвиток підприємства обмежений внутрішніми джерелами фінансових ресурсів або кредитними коштами);

характер попиту на продукцію підприємства (цей чинник є ключовим при техніко-економічному обґрунтуванні будь-якого інвестиційного проекту. Характер попиту на продукцію підприємства вказує на очікувані надходження від інвестування, а отже і на окупність вкладених коштів);

рівень технологічності виробництва (проведені науковцями дослідження показують, що інвестиційні проекти у сфері високотехнологічного виробництва, зазвичай, характеризуються високим рівнем ризику та капіталомісткості, що вимагає перманентного моніторингу стану реалізації проектних робіт і формування резервних фондів для розв'язання непередбачуваних проблем) [1];

рівень зношеності основних виробничих фондів і можливості підприємства щодо використання наявних виробничих потужностей (цей чинник визначає обсяг інвестицій, необхідних для технологічного оновлення підприємства, тому він суттєво впливає на термін окупності інвестицій та інвестиційні ризики);

інноваційна сприйнятливість підприємства (в даному випадку йдеться про узгодження цілей власників підприємства, суб'єктів керуючої і керованої підсистем управління стосовно вибору такої інноваційної стратегії і тактики підприємства, яка дозволяє технологічно оновлювати виробництво);

рівень інформаційного забезпечення суб'єктів управління, які беруть участь у проектах інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємства (як відомо, управління має інформаційний характер. З огляду на це, раціональність обраної стратегії та тактики інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємства залежить від поінформованості керівників підприємства);

приналежність підприємства до виробничо-господарських об'єднань із замкнутим виробничим циклом (за дослідженнями науковців, що є фахівцями у сфері інвестиційної діяльності, підприємства які володіють замкнутим виробничим циклом, як правило, характеризуються вищим рівнем інвестиційної привабливості у порівнянні з іншими підприємствами);

інвестиційний клімат національної економіки (це інтегрований чинник зовнішнього середовища підприємства, який показує стабільність як критерій прийнятності умов національної економіки для вкладення коштів інвесторів у розвиток підприємств, інфраструктури тощо. Економічна, соціальна, політична і правова стабільність є основою прогнозованості змін у часі, гарантом безпеки для

інвесторів. Урахування цього чинника є важливим для прогнозування інвестиційних ризиків, передбачення ймовірних витрат, пов'язаних із залученням кредитів, складання бюджету проєктів інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств).

Отже, проведений аналіз показав, що за змістом доцільно виділяти такі чинники як [2]: рівень інвестиційних ризиків, пов'язаних з технологічним оновленням підприємства; обсяг інвестицій, необхідних для технологічного оновлення підприємства; інвестиційна сприйнятливість підприємства; характер попиту на продукцію підприємства; рівень високотехнологічності виробництва; рівень зносу основних виробничих фондів і можливості підприємства щодо використання наявних виробничих потужностей; інноваційна сприйнятливість підприємства; рівень інформаційного забезпечення суб'єктів управління, які беруть участь у проєктах інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємства; приналежність підприємства до виробничо-господарських об'єднань із замкнутим виробничим циклом; інвестиційний клімат національної економіки; за джерелом виникнення – чинники внутрішнього середовища; чинники зовнішнього середовища; за рівнем дії – чинники, які діють на макрорівні; чинники, які діють на мікрорівні; за силою впливу – чинники, які сильно впливають на досліджуваний об'єкт; чинники, які слабо впливають на досліджуваний об'єкт; за характером зв'язків – чинники лінійно пов'язані між собою; чинники, пов'язані між собою опосередковано. Таким чином, на підставі аналізу інформації щодо переліку та сутності чинників, які впливають на інвестиційне забезпечення технологічного оновлення машинобудівних підприємств можемо зробити такі висновки: 1) усі з зазначених чинників впливають на інвестиційне забезпечення технологічного оновлення машинобудівних підприємств, проте сила впливу кожного з них є різною; 2) у переліку виділених є чинники, як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ підприємства. Внутрішні чинники є керованими, їх дією можна управляти, а зовнішні чинники – некеровані, тому до них необхідно пристосовуватись; 3) серед виділених чинників, є такі, характер впливу яких на рівень інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств є постійним або змінним, а результат позитивним або негативним. Тому для поглиблення методичного інструментарію підготовки і реалізації управлінських рішень щодо інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств необхідно володіти інформацією не лише про перелік, зміст, джерела виникнення, характер і силу впливу чинників на інвестиційне забезпечення технологічного оновлення підприємств, необхідними є також дані про причинно-наслідкові зв'язки між досліджуваними чинниками. При цьому слід зазначити, що вплив виявлених чинників на показники, які характеризують інвестиційне забезпечення технологічного оновлення є неоднаковими для різних підприємств, що є важливим під час прийняття інвестором рішень стосовно вибору бізнес-партнерів, залучених до інвестиційного процесу.

Загалом, інформація отримана на основі аналізу чинників дозволяє керівниками машинобудівних підприємств виявляти можливості оптимізації процесів інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств.

При цьому критеріями оптимізації є максимізація доходу, мінімізація ризиків та зростання якісно-продуктивних характеристик технологічного обладнання. Результати отримані при застосуванні такого аналізу дають можливість ідентифікувати резерви більш продуктивного використання фінансового, інтелектуального, техніко-технологічного потенціалу підприємства, раціоналізувати інвестиційні рішення, аргументувати їх вибір. Отже, на підставі аналізу можна стверджувати, що чинники, які впливають на інвестиційне забезпечення технологічного оновлення підприємств є взаємопов'язаними, утворюють цілісну структуру, яка вказує на те, що зміни, які відбуваються хоча б з одним із чинників неминуче призведуть до змін усіх інших чинників. Це вимагає урахування зв'язків між чинниками під час розроблення і реалізації заходів, які спрямовані на покращення інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємства.

#### *Список використаних джерел:*

1. Добрянська М. В. Сутність і види факторів, які впливають на інвестиційне забезпечення технологічного оновлення. Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький 2014. Том 1. С. 93–99.

2. Ліпич Л. Г. Розвиток системи управління якістю продукції машинобудівних підприємств : монографія / Л. Г. Ліпич, Н. В. Геліч ; Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк : РВВ Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2010. - 199 с.

**Хомин І. П.**, к.е.н., ст. викладач кафедри фінансів  
Тернопільський національний економічний  
університет, м. Тернопіль, Україна

### **ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЯК ПЕРМАНЕНТНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ**

Вся історія фінансово-економічного регулювання розвитку аграрного сектору України нагадує перманентний експеримент, хоча загальноновизнаною істиною є неможливість його проведення тут за принципом колби, оскільки це тільки в хімії можна вилити з неї один розчин і замінити на інший без суттєвих втрат. Тут же він призвів до занепаду аграрного сектору під кінець ХХ ст., який Україна не може перебороти понині.

Звичайно, сталося це внаслідок низки причин, проте однією з головних було нераціональне використання фінансових ресурсів, що спричинило нехтування матеріальними, які виглядали маловартісними, оскільки на них штучно утримувалися низькі ціни. Приміром, у т. зв. "застійні часи" одну тонну нафти переробні підприємства отримували по ціні 24,5 крб., у той час, як світові ціни становили 120 доларів. Відтак виникла ілюзія нібито дизпаливо коштує 300 крб./т, тому жодних ефективних заходів щодо економії пального ні на стадії проектування й випуску техніки, ні при її експлуатації не здійснювалося. В результаті на початку 90-х років ХХ ст. витрати нафтопродуктів на одиницю

сільськогосподарської продукції в нас були більшими в 3-4 рази, ніж у США й країнах Європейського Союзу.

Відповідно такі самі перекося були щодо матеріалоемності й цін як засобів виробництва, так і аграрної сировини для продукування продовольства, відтак, аби згладити її надмірні витрати й непродуктивні втрати, доводилося в усе більшій мірі вдаватися до дотацій сільськогосподарським товаровиробникам. Проте, не дивлячись на те, що вони поглинали все більшу частку державного бюджету, тривкого підґрунтя для розвитку аграрного сектору створено не було і як тільки колишні обсяги бюджетного фінансування стали неможливими, він опинився в затяжній кризі.

Причому безвідносно до того, які проблеми розвитку окремого підприємства чи певної галузі або й навіть економічної системи держави в цілому досліджувалися вченими, чільною завжди є пов'язана з його регулюванням. А ніщо не є таким дискусійним ось уже близько трьох століть, як застосування при цьому фінансово-економічних важелів, адже щодо цього здавна маємо як противників будь-якого державного втручання в цей процес – найбільш відомими з них є Ф. Кене (1694-1774), А. Сміт (1723-1790), Д. Рікардо (1772-1823), Ж. Б. Сей (1767-1832), – так і прихильників: Ф. Ліста (1789-1846), Ч. Керрі (1793- 1879), К. Маркса (1818-1883), А. Вагнера (1835-1917) та ін.

Осібнo від них стоять Дж. Мілль (1806-1873), А. Пігу (1877-1959), А. Маршалл (1842-1924), Дж. М. Кейнс (1883-1946), котрі, визнаючи принцип *laissez faire*<sup>2</sup> як невід'ємний атрибут ринкових взаємовідносин, водночас вважали "невидиму руку ринку" А. Сміта нездатною забезпечити стійкий розвиток економіки, мовляв це засвідчують періодичні кризові явища, зумовлені – за висловом Дж. М. Кейнса, – "артритом цієї руки", але схилилися до того, що регулююча функція держави має бути аллокативною, тобто здійснювати лише цільове використання ресурсів, забезпечуючи громадян соціальними послугами, які неспроможний надати приватний сектор.

Водночас слід відзначити вклад у дослідження цієї проблеми українських учених, які інколи навіть випереджали ідеї зарубіжних, як-от М. Туган-Барановський, чи М. Цитович, праця якого "Огляд учень про підприємницький прибуток" була опублікована за 22 роки (у 1889 р.) до появи "Теорії економічного розвитку (Дослідження підприємницького прибутку, капіталу, відсотка й циклу кон'юнктури)" Й. Шумпетера.

Або виходець з Росії К. Гаттенберг, що вчився в Харківському університеті та в 1881 році опублікував статтю методологічного характеру, ідеї якої ідентичні до викладених К. Менгером через два роки в книзі "Дослідження про методи суспільних наук і політичної економії зокрема" [1, с. 530].

Суто з позицій фінансово-методологічних проблема регулювання економічного розвитку на макрорівні, в тому числі й аграрного сектору, стала предметом дослідження досить широкого кола сучасних українських науковців, зокрема таких, як О. Бородіна, А. Даниленко, М. Дем'яненко, О. Гудзь, Т. Єфименко, М. Крупка, Ю. Лупенко, С. Навроцький, О. Непочатенко, О. Петрук,

<sup>2</sup> *Laissez faire* – буквально "*laissez faire, laissez passer*" означає "хай усе йде, як іде".

І. Прокопа, Н. Прокопенко, П. Саблук, В. Сенчагов, В. Синчак, А. Соколовська, П. Стецюк, Р. Тринько, О. Шубравська та ін. Дотичними до неї є праці О. Десятнюк, В. Дем'янишина, О. Кириленко, А. Крисоватого, І. Лютого, С. Юрія, Б. Пшика та інших відомих учених-фінансистів. Всі вони збагатили теорію фінансів нетривіальними досягненнями, забезпечили суттєвий приріст знань щодо можливостей фінансового регулювання розвитку економіки.

Проте М. Бунге – один із засновників Київської політекономічної школи, – указував, що мінливість реальних процесів господарського та фінансового життя вимагає адекватної ”рухливості наших економічних і фінансових знань про них, адже фінансова теорія не може бути догматично закостенілою, оскільки фінансові знання завжди відносні стосовно конкретних умов соціально-економічного розвитку” [2, с. 42].

Тому непересічна цінність доробку попередників для науки й практики та значимість дослідження загальнометодологічних проблем регулювання економіки, чи його окремих важелів, приміром, податкового, бюджетного, цінового, не підмінює необхідності комплексного вирішення цілісної проблеми фінансово-економічного регулювання розвитку аграрного сектору з урахуванням нинішніх реалій, оскільки застосовувані директивні кроки в цьому напрямі наразі не дають бажаного ефекту насамперед унаслідок фрагментарності власне саме через ігнорування того, що фінансові й економічні чинники тісно переплетені.

#### *Список використаних джерел*

1. Фінансова думка України: Монографія. За наук. ред. д.е.н., проф. В. М. Федосова. К.: Кондор, Тернопіль: Економічна думка, 2010. У 3 т. Т 1. 687 с.
2. Фінансова думка України. Хрестоматія.ю За наук. ред. д.е.н., проф. В. М. Федосова. К.: Кондор, Тернопіль: Економічна думка, 2010. У 3 т. Т 1. 734 с.

**Яцкевич І.В.**, д.е.н., доцент  
ОРІДУ НАДУ при Президентіві України, м.  
Одеса, Україна

### **УПРАВЛІННЯ СТАРТАПАМИ: ЗАГАЛЬНИЙ АСПЕКТ**

Сучасні трансформаційні умови виокремлюють інвестиції, які спрямовуються на освоєння та розробку інноваційних продуктів та виступають головним інструментарієм у питанні розвитку й укріплення науково-технічного потенціалу України, при цьому вони покликані забезпечити вагомі конкурентні позиції на світових ринках. Важливо зазначити, що даний напрямок визначено як в Указі Президента України «Стратегія сталого розвитку «Україна - 2020» [1] к у Проекті Закону України «Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року» [2]

У рамках першої Стратегії у вектору розвитку зазначено, що «...забезпечення сталого розвитку держави, проведення структурних реформ та, як наслідок, підвищення стандартів життя. Україна має стати державою з сильною економікою та з передовими інноваціями».



У другій Стратегії зазначається, що визначальним у Стратегії є «...інноваційне спрямування розвитку, яке ґрунтується на активному використанні знань і наукових досягнень, стимулюванні інноваційної діяльності, створенні сприятливого інвестиційного клімату, оновленні виробничих фондів, формуванні високотехнологічних видів діяльності та галузей економіки».

Одним з ефективних напрямків реалізації даних стратегій є формування та розвиток стартапів, головна мета яких – реалізація якогось нетипового проекту, що відрізняється новизною [3].

Стартап – це нещодавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але планує стати офіційною), що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами [4]. Іншими словами стартап - це тимчасова структура, яка спрямована на пошук і реалізацію масштабованої бізнес-ідеї [5].

Основними характеристиками стартапів є:

1. Розробка і розвиток продукту (послуги, ідеї), яку пропонує тільки що засноване молоде підприємство (для реалізації проекту необхідно створення юридичної особи), завжди займається команда однодумців. У цій команді у кожного є свої обов'язки, але об'єднує віра в те, що результат загальної справи необхідний людям і зможе покращити життя в цілому.

2. Стартап, як і будь-яке інше починання, потребує грошових вливань. Стартапери – це майже завжди молоді люди, студенти і навіть школярі, які не мають достатньо коштів для розвитку свого проекту, тому і завдання у них інші: вони повинні займатися розробкою продукту (послуги, ідеї) яку пропонують. Отже важливою частиною роботи над проектом є пошук джерел фінансування. Разом з тим, чим далі розвивається проект, тим більший обсяг фінансування йому потрібно.

Для успішного розвитку стартапів потрібна згуртована команда розробників і помічників, а також достатнє фінансування аж до тієї пори, коли проект не стане самоокупним й прибутковим з відповідною системою управління. Зауважимо, що система управління стартапів повинна враховувати особливості їхнього формування та розвитку.

Управління стартапами є необхідною зброєю для виживання і отримання конкурентних переваг на ринку. За відсутності певної концепції управління, стартапи, особливо великі, рідко завершуються вчасно і в межах їх прийнятної вартості. Правильно підібрана методологія веде групу розробників через керований набір дій та інструментів, спрямованих на досягнення бажаних результатів, що переглядається.

Стартап долає кілька основних етапів на шляху свого формування під час якого визначається система управління.

Основні етапи формування та розвитку стартапів, який є приблизними і залежить від мети і спрямованості проекту, від сфери його діяльності та інших критеріїв, які будуть впливати на швидкість розвитку, на кількість і рівень інвестицій в проект, на результат діяльності підприємства-початківця. А саме:

Етап 1. Зародження стартапу. Це стадія появи ідеї. Тієї самої виняткової ідеї, в основі якої лежить якийсь інноваційний продукт, послуга, технологія, здатна покращити і полегшити життя, змінити існуючий товар, посилити ефект від дії препарату і так далі, залежно від сфери діяльності творця ідеї.

Етап 2. Становлення стартапу. На посівній стадії розвитку стартапу вже існує робоча модель, створена злагоджена команда, у якій чітко розподілені функції кожного її члена, складена детальна стратегія просування проекту на ринок чи у середовище, зареєстровано юридичну особу, зроблені перші кроки в рекламі та пошуку інвесторів.

Етап 3. Ранній розвиток проекту. Стадія раннього розвитку характеризується наявністю діючого підприємства, яке приносить прибуток, посідає помітне місце на ринку або в іншому споживчому середовищі і має популярність серед користувачів продуктом.

Етап 4. Розширення стартапу. Розширення – це стадія, коли підприємство має завершений функціональний продукт, що приносить постійний прибуток. Маркетингова стратегія на цьому етапі відпрацьована до дрібниць, і підприємство готове до масштабування, тобто збільшення обсягів продажу, розповсюдження в суміжних сферах діяльності або залучення масового кола споживачів.

Етап 5. Зрілість проекту. зазвичай, етап зрілості говорить про те, що стартап перетворився на серйозну діяльність, коли підприємство посідає на ринку лідируюче або близьке до нього місце, має високу окупність, штат підприємства становить команда висококваліфікованих фахівців і їх робота налагоджена.

Система управління стартапів складається з таких напрямів як:

- управління комунікаціями;
- управління завданнями;
- обмін документами, планами, бюджетами та їх зберігання;
- управління ризиками;
- регулярне управління роботою команди;
- оцінка вкладу співробітників із визначенням індивідуальних і загальних результатів;
- формування інформації для зацікавлених осіб (менеджменту, інвесторів) про стан портфеля стартапів.

Система управління стартапами повина будуватись на основі системи управління бізнес-процес - Business Process Management System (BPM) - забезпечує швидке і легке налаштування, що дозволяє оперативно почати працювати в єдиному інформаційному середовищі.

BPM - концепція процесного управління організацією, що розглядає бізнес-процеси як особливі ресурси підприємства, що безперервно адаптуються до постійних змін, і що ґрунтується на таких принципах, як зрозумілість і видимість бізнес-процесів в організації за рахунок їх моделювання, з використанням формальних нотацій, використання програмного забезпечення моделювання, моніторингу й аналізу бізнес-процесів, можливість динамічно перестроювання моделі бізнес-процесу сими учасників і засібами програмної системи [4].

За допомогою BPM-систем відділ інформаційних технологій стартапу може моделювати існуючі бізнес-процеси і впроваджувати нові. BPM дозволяє стартапу бути гнучким і швидко підлаштовуватися під зміни навколишнього бізнес-середовища.

BPM-системи допомагають в управлінні різноманітним бізнес-процесам, що існують в діяльності стартапу. З їх допомогою стає можливим створювати наочні графічні схеми, аналізувати ситуацію і вдосконалювати, оптимізувати діяльність стартапу. Таким чином, ключова мета систем - підвищення «віддачі» від управління й роботи стартапу в цілому. Для цього при розробці BPM-систем передбачаються механізми визначення слабких та уразливих «точок».

Управління стартапом, незалежно від розміру тимчасового підприємства, управління повинне бути простим. Кожна група розробників повинна вибрати для себе найбільш зручну методологію, яка максимально підходить під заплановану бізнес-ідею.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12.01.2015р. № 2/2015. URL <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
2. Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року: Проект Закону України від 07.08.2018 р. № 9015 URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html)
3. Ситник Н. І. Менеджмент стартапів ¶ URL: [https://kpi-fict-ip32.github.io/Blog/s09/startup\\_management.html](https://kpi-fict-ip32.github.io/Blog/s09/startup_management.html)
4. Вікіпедія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF>
5. Стартап — що це таке: визначення та значення терміна, етапи розвитку Startup-проекту + ТОП-10 кращих ідей для стартапу з мінімальними вкладеннями: веб-сайт. URL: <http://itstatti.in.ua/zarobitok-v-interneti/161-startap-shcho-tse-take.html>

## СЕКЦІЯ ІІІ

### Обліково-аналітичні процедури та аудит розвитку підприємства

**Бабінська С.Я.**, к.е.н., асистент  
Національний університет «Львівська  
політехніка», м. Львів, Україна

#### **ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

При прийнятті рішень у процесі фінансово-господарської діяльності підприємства керівники керуються та управляють обліково-аналітичною інформацією. Для ефективної діяльності підприємств необхідно володіти повною, достовірною, своєчасною, актуальною обліково-аналітичною інформацією, яка надаватиме підприємству певні конкурентні переваги в процесі його функціонування.

Значення та роль обліково-аналітичної інформації у процесі діяльності підприємства постійно зростає, оскільки вона притаманна значній частині процесів, які відбуваються на підприємстві і є основним фактором та ресурсом його діяльності. Облікова інформація при вирішенні певних завдань не вичерпує себе, тобто її можна використовувати одночасно для вирішення декількох завдань.

Для підвищення темпів економічного зростання та зміцнення конкурентних позицій підприємства важливу роль відіграє організація процесу інформаційного забезпечення фінансово-господарської діяльності підприємства. Оскільки, саме інформаційне забезпечення є чинником, який є необхідним для управління економічними процесами, прийняття управлінських рішень та ефективного функціонування як окремих підрозділів так і підприємства загалом.

Для організування інформаційного забезпечення фінансово-господарської діяльності на підприємстві необхідно здійснити сукупність процесів для надання користувачам необхідної обліково-аналітичної інформації. При цьому інформація, повинна містити опис умов, в яких її отримано. Крім того, для задоволення потреб користувачів обліково-аналітична інформація повинна бути ретельно підготована та подана у встановлений графіком термін. Сам процес організування інформаційного забезпечення охоплює процеси збору, опрацювання, зберігання та використання інформації.

Проте, систему інформаційного забезпечення потрібно удосконалювати, що дасть змогу зекономити час працівників, підвищити ефективність їхньої роботи та точність інформації, знизить ризик та зменшить невизначеність. Суть удосконалення інформаційного забезпечення фінансово-господарської діяльності підприємства може полягати у створенні нових або модернізації існуючих

систем. Його необхідно здійснювати систематично, для того щоб забезпечити належний рівень якості [1].

**Список використаних джерел:**

1. Жилінська Л. О. 2014. Удосконалення підсистеми інформаційного забезпечення на промисловому підприємстві / Л.О. Жилінська, А.І. Печеник // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.- 2014. - №5. – с. 77-83. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep\\_2014\\_5\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2014_5_15)

**Бермас М. В.**, студентка

**Попова С. В.**, студентка

**Науковий керівник: Пісоченко Т. С.**, к.е.н.,

асистент кафедри обліку і оподаткування

Миколаївського національного аграрного

університету, м. Миколаїв, Україна

## **ОСНОВНІ ВИМОГИ ПІД ЧАС ВІДРЯДЖЕННЯ ПІДЗВІТНОЇ ОСОБИ**

Інструкцією про службові відрядження в межах України та за кордон від 13.03.98 №59, передбачено, що службове відрядження – це поїздка працівника за розпорядженням керівника органу державної влади, підприємства, установи та організації, що повністю або частково фінансується за рахунок бюджетних коштів чи коштів підприємства, на певний строк до іншого населеного пункту для виконання службового доручення поза місцем його постійної роботи.

Основними документами, які підтверджують зв'язок такого відрядження з основною діяльністю підприємства, є:

- запрошення сторони, що приймає і діяльність якої збігається з діяльністю підприємства, що направляє у відрядження;
- укладений договір чи контракт;
- інші документи, які встановлюють або засвідчують бажання встановити цивільно-правові відносини;
- документи, що засвідчують участь відрядженої особи в переговорах, конференціях або симпозіумах, інших заходах, які проводяться за тематикою, що збігається з діяльністю підприємства, яке відряджає працівника [1].

Заборонено направляти у відрядження вагітних жінок і жінок, які мають дітей віком до трьох років. Крім того, роботодавцям необхідно бути уважним, направляючи у відрядження жінок, які мають дітей віком від 3 до 14 років або дітей-інвалідів, чи батьків, які виховують дітей без матері, опікунів, прийомних батьків, адже в такому разі потрібно одержати їхню згоду на відрядження.

Пунктом 4 Інструкції № 59 передбачено, що підприємство, яке направляє у відрядження працівника, забезпечує його коштами для здійснення поточних витрат під час службового відрядження (авансом). Аванс підзвітній особі може видаватися або в готівковій чи перераховуватися у безготівковій формі на відповідний рахунок для використання із застосуванням платіжних карток. Якщо працівник застосував платіжну картку для проведення розрахунків у безготівковій формі, підприємство відшкодовує збір за переказ грошових коштів електронними засобами, відповідно до правил платіжної системи, за наявності документального

підтвердження його сплати. Це може бути виписка з карткового рахунку або інший документ на паперовому носії, що підтверджує суму сплаченого збору [1].

Днем вибуття у відрядження вважається день відправлення поїзда, літака, автобуса або іншого транспортного засобу з місця постійної роботи підзвітної особи, а днем прибуття з відрядження - день прибуття транспортного засобу до місця постійної роботи відрядженого працівника. При відправленні транспортного засобу до 24-ї години включно днем вибуття у відрядження вважається поточна доба, а з 0 години і пізніше - наступна доба. У відрядженні працівникові необхідно дотримуватися режиму робочого часу об'єкта, на який він був відряджений, тому йому необхідно завчасно ознайомитися з режимом об'єкта, щоб потім не виникало певних непорозумінь.

Якщо працівник змушений затриматись у відрядженні з не залежних від нього причин, то він має надати підприємству, яке його направило, оригінали підтверджувальних документів. Керівник видає наказ щодо продовження строку відрядження, однак відряджений працівник попередньо має викласти ситуацію у своїй доповідній записці. За відсутності поважних причин затримки за місцем перебування у відрядженні понесені витрати не відшкодовуються.

Протягом 5 банківських днів, що настають за днем прибуття до місця постійної роботи, працівник обов'язково має подати до бухгалтерії Звіт про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт [2].

#### *Список використаних джерел:*

1. Інструкція про службові відрядження в межах України та за кордон [Електронний ресурс] : наказ від 13.03.98 № 59 – Режим доступу : <https://pravo.uteka.ua/doc/Pro-zatverdzhennya-Instrukcii-pro-sluzhbovi--vidryadzhennya-v-mezhax-Ukraini-ta-za-kordo>
2. Відрядження: дотримуємось законодавчих норм [Електронний ресурс] / А. Семененко // Режим доступу : <https://uteka.ua/ua/publication/budget-13-shkola-bughaltera-rozporядitela-byudzhetnih-sredstv-66-komandirovka-soblyudaem-zakonodatelnye-normy>

**Болобан В.О.**, магістр

**Науковий керівник: Новодворська В.В.**,  
к.е.н., доцент ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

У сучасній економічній літературі значну увагу приділено інноваційному розвитку підприємств і відтворенню їх основних засобів. Ці два елементи діяльності підприємства важливі передусім тому, що створюють умови для підтримання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках. Проте істотним недоліком такого традиційного підходу є те, що їх розглядають відокремлено—інноваційний процес як ефективність розвитку діяльності підприємства, а відтворювальний – як формування його амортизаційної політики. Безперечно, на відповідному етапі виконання економічних досліджень такий відокремлений розгляд треба здійснювати, оскільки це дає змогу врахувати всі їх специфічні умови, які можуть бути

зумовлені як зовнішніми чинниками (конкретним зовнішнім ринковим середовищем, інноваційним станом розвитку підприємств тощо), так і внутрішніми (технологічною специфікою підприємств окремих галузей, і станом їхніх основних засобів тощо).

Однак, виконавши відокремлені дослідження, треба переходити до комплексного розгляду цих двох важливих елементів розвитку діяльності підприємства – інноваційного та відтворювального процесів. Створення такого узагальненого методу дослідження дає змогу комплексно розглядати діяльність підприємства без штучного відокремлення його окремих функцій. Але складність полягає в тому, що реалізувати на практиці такий комплексний підхід здебільшого надзвичайно важко, оскільки різнопланові процеси необхідно розглядати комплексно. А така комплексність зазвичай призводить до того, що виникає потреба враховувати чималу кількість базових вихідних положень і показників, які застосовують у цих відокремлених економічних явищах та процесах.

Це значною мірою стосується й інноваційного відтворення основних засобів підприємств. Інноваційний розвиток – це погляд у майбутнє, а відтворення основних засобів – це погляд в минуле, оскільки відтворюється фактично реальний стан підприємства. Все це, безумовно, впливатиме на розроблення методу дослідження інноваційного відтворення основних засобів підприємства, який повинен комплексно поєднати ці два підходи в узагальненій економічній моделі розвитку підприємства.

Недоліком також є те, що тепер інновацію та інноваційну діяльність загалом розглядають лише з позицій менеджменту. Виділимо три основні складові: науково-технічну, організаційно-технологічну та інформаційно-управлінську. Тому пропонуємо інновацію розглядати з трьох позицій – менеджменту, економіки і маркетингу (точніше як маркетингово-логістичну). Інновація з позицій менеджменту є класичним її видом, що стосується таких аспектів: виготовленої продукції (що виробляти), технології виробництва (як виробляти), управління підприємством (як керувати).

Економічна інновація – це впровадження будь-якого заходу на підприємстві, у результаті якого отримуватимуть економічний прибуток або певний соціальний ефект. Тобто ця інновація спрямована на підвищення ефективності діяльності підприємства або його працівників (соціальний ефект). Не всяка інновація з позицій менеджменту може бути економічною інновацією, і навпаки. Маркетингово-логістична інновація – це застосування маркетингових і логістичних заходів (випуск модної продукції, застосування престижних брендів, специфічних рекламних засобів, нових схем постачання матеріалів тощо) для виконання поточних і стратегічних завдань.

Обліково-аналітичне забезпечення – комплексна система формування, збору, аналітико-синтетичної обробки, накопичення та передачі обґрунтованої і релевантної обліково-аналітичної інформації, сформованої з використанням методів бухгалтерського обліку й економічного аналізу для прийняття управлінських рішень, здатних сприяти успішному розвитку підприємств.

Водночас така система поєднує інформаційні технології та механізми реалізації забезпечувальних заходів, що підвищує інформаційну місткість даних про певну ділянку діяльності підприємства і більш повно задовольняє потреби користувачів.

Обліково-аналітичне забезпечення інноваційного відтворення основних засобів виконує такі основні функції:

- облікова – відображення фактів здійснення господарської діяльності щодо формування фінансових ресурсів для відтворення основних засобів, при цьому формується адекватна та суттєва інформація в системі організації первинного та зведеного обліку, зовнішньої та внутрішньої звітності для прийняття управлінських рішень з метою відновлення виробничого потенціалу;

- аналітична – здійснення різних видів аналізу та оптимізація структури фінансових ресурсів для відтворення основних засобів підприємства, використовуючи первинні аналітичні дані бухгалтерського обліку. Роль аналітичного забезпечення підвищується в сучасних економічних умовах, оскільки проведений аналіз дає керівництву повну інформацію про стан спрацювання основних засобів на підприємстві і перспективи його діяльності на майбутнє при умові оптимізації структури джерел відтворення виробничого потенціалу. Основними джерелами аналітичної складової є облікова, статистична, оперативна, звітна, планова, нормативна та інша інформація;

- контрольна – полягає у перевірці господарської діяльності щодо порядку формування фінансових ресурсів для відтворення основних засобів господарської діяльності суб'єкта господарювання, перевірки виконання завдань стратегічного плану, дотримання вимог чинного законодавства;

- інформаційна – полягає у забезпеченні керівників підприємства необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень щодо раціонального відтворення виробничого потенціалу [3].

Поставлені перед системою бухгалтерського обліку завдання стратегічного характеру інноваційного відтворення основних засобів можуть бути виконані за умов використання традиційних методів бухгалтерського обліку. Для цього використовуються методи хронологічного і систематичного спостереження; вимірювання господарських засобів і процесів; реєстрація та класифікації даних з метою систематизації; узагальнення отриманої інформації з метою формування звітності [6].

Отже, обліково-аналітичне забезпечення інноваційного відтворення основних засобів – це система, що має забезпечувати постійну та безперебійну роботу персоналу з приводу формування необхідної кількості необоротних активів, оптимального вибору джерел поліпшення основних засобів, а також створення ефективного механізму інвестиційного забезпечення оновлення основних засобів на інноваційній основі. Тому, побудова ефективною обліково-аналітичної системи неможлива без розробки системи бухгалтерського обліку та її адаптації відповідно до умов господарської діяльності підприємства.

Перспективою подальших досліджень є розробка положень щодо порядку ведення первинного обліку джерел відтворення основних засобів суб'єктів господарювання.



### **Список використаних джерел:**

1. Бутинець Ф.Ф. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: Підручник / Ф.Ф. Бутинець, С.В. Івахненко, Т.В. Давидюк та ін. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 544 с.
2. Голов С.Ф. Управлінський облік: Підручник. / С.Ф. Голов. – К.: Лібра, 2003. – 704 с.
3. Гуренко Т.О. Теоретичні основи формування обліково-аналітичного забезпечення управління [Електронний ресурс] / Т.О. Гуренко, С.І. Дерев'янка, А.С. Липова. – Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis\\_64.exe?..](http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?..)
4. Партин Г.О. Фінансова стратегія у системі управління фінансами підприємств / Г.О. Партин, О.Я. Митрухіна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.6. – с.208-214.
5. Попова П.В. Основные теоретические принципы построения учетно-аналитической системы / П.В. Попова, Б.Г. Маслов, И.А. Маслова // Финансовый менеджмент. – 2003. - № 5. – с. 8-15.
6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 лип. 1999 р. № 996 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www/zakon.rada.gov.ua>

**Бортнік С.М.**, к.е.н., доцент

**Бегаль М.Г.**, магістр

Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Оцінювання показників ефективності управління персоналом підприємства є стратегічним завданням кожного господарюючого суб'єкта, оскільки достатня забезпеченість підприємства працівниками, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці є запорукою підвищення ефективності господарської діяльності загалом. Питання оцінювання ефективності управління персоналом є надзвичайно актуальним, адже саме від рівня використання праці на підприємстві залежить ефективність використання усіх видів ресурсів (сировини і матеріалів, обладнання, коштів підприємства), собівартість продукції, а отже і прибуток підприємства, як кінцевий результат. Тому основним завданням управління на будь-якому підприємстві є створення ефективної системи аналізу і контролю усіх показників використання персоналу та розробка програми заходів з підвищення ефективності управління персоналом. Виходячи з цього, особливої актуальності набуває розробка механізму ефективного управління персоналом підприємств для забезпечення результативності роботи в довгостроковій перспективі, що створить нові умови розвитку та підвищить їх конкурентоспроможність.

Над проблемами ефективного управління персоналом працювала велика кількість вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед відомих науковців та практиків проблемами, пов'язаними з використанням персоналу займалися Б. Генкін, О. Германов, Ю. Кокін, В. Ракоті, Г. Слезінгер та інші. Серед сучасних вітчизняних науковців слід виділити Д. Богиню, О. Грішнову, Г. Завіновську, В. Весніна, Г. Дмитренка, А. Калину, А. Колота, Г. Кулікова, Ю. Куценка, В. Лагутіна, В. Сладкевича, О. Уманського, та інших. Вони концентрували увагу на

розкритті поняття ефективності праці, аналізі її показників, визначенні чинників та резервів її підвищення. Однак об'єктивно потребують удосконалення механізми ефективного управління персоналом, а також системи моніторингу та оцінювання показників ефективності використання персоналу.

Умовою ефективної діяльності персоналу підприємств є розробка такого управлінського інструментарію, який зможе забезпечити реальну соціально-економічну віддачу. Завдання оцінки ефективності управління персоналом підприємства полягає у визначенні економічної ефективності (характеризує досягнення цілей діяльності підприємства за рахунок кращого використання трудового потенціалу); соціальної ефективності (виражає виконання очікувань і задоволення потреб та інтересів працівників підприємства); організаційної ефективності (оцінює цілісність і організаційну оформленість підприємства). Очевидно, що склад показників повинен бути змінним, він повинен уточнюватися і доповнюватися в умовах динамічного розвитку підприємства. Загальна (комплексна) ефективність управління персоналом підприємства, на нашу думку, має визначатися на основі зважених показників складових вищезазначених підсистем.

Зміст комплексної оцінки ефективності управління персоналом підприємства полягає у наступному [1]: за допомогою методу експертних оцінок і кореляційного аналізу визначається перелік економічних, соціальних і організаційних показників, що характеризують кінцеві результати діяльності підприємства (перелік таких показників встановлюється на основі вивчення нормативно-законодавчих актів, матеріалів підприємства, форм і інструкцій для складання статистичної і оперативної звітності); задаються критерії досягнення визначених кінцевих результатів з найменшими витратами ресурсів і високою якістю товарів; за допомогою зазначених показників, критеріїв і вагових коефіцієнтів, визначених методом експертних оцінок і рангової кореляції, розраховується комплексний показник ефективності, у якому порівнюються різні економічні, соціальні і організаційні показники з урахуванням їх важливості.

Наведений підхід до оцінки ефективності управління персоналом підприємства свідчать про різноманіття обумовлених показників, а отже, про трудомісткість їхнього розрахунку і невизначеність кінцевого результату. Тому існує потреба у комплексному підході до оцінки такої ефективності одночасно з позицій значимості кінцевих результатів діяльності підприємства, продуктивності і якості праці персоналу, організації його роботи. Виходячи із зазначеного, очевидно, що оцінка ефективності управління персоналом вимагає систематичного моніторингу, вимірів витрат і вигод загальної програми управління персоналом і порівняння її ефективності з ефективністю роботи підприємства. Загалом управління персоналом ефективне настільки, наскільки успішно персонал підприємства використовує свій потенціал для реалізації поставлених перед ним цілей. Отже, ефективність функціонування системи управління персоналом визначається її внеском у досягнення організаційних цілей. При цьому інноваційна технологія ефективного управління персоналом дає синергетичний ефект лише тоді, якщо відносно добре розвинута система адаптації

до зовнішнього і внутрішнього середовищ (індивідуальне планування кар'єри, підготовка і перепідготовка персоналу, стимулювання професійного зростання і ротації кадрів); застосовуються гнучкі системи організації робіт (гуртки якості, автономні робочі групи); використовуються системи оплати праці, побудовані за принципами всебічного обліку персонального вкладу (в тому числі з самими працівниками) і рівня професійної компетенції (знання, уміння, навички, якими реально володіє персонал); підтримується високий рівень участі окремих працівників і робочих груп у розробці та прийнятті управлінських рішень, які відносяться до їх повсякденної роботи; добре організована система комунікації, яка забезпечує дво- і багатосторонні вертикальні, горизонтальні і діагональні зв'язки на підприємстві.

**Список використаних джерел:**

1. Бортнік С. М. Методичні підходи до оцінки кадрової безпеки підприємства / Методологічні основи дослідження стану соціоекологоекономічної безпеки: колективна монографія / Л. М. Черчик, Н. В. Коленда, Н. М. Матвійчук та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. М. Черчик – Луцьк : Терен, 2018. – 336 с. – С. – 47-64.

**Бугайчук Д. Я., студентка**  
**Науковий керівник: Семенова К. Д.,**  
к.е.н., доцент  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

**ВНУТРІШНІЙ АУДИТ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ**

Діяльність кожного підприємства супроводжується розрахунками з покупцями та замовниками за реалізовані ними товари, виконані роботи та надані послуги. У зв'язку з цим виникає необхідність в чіткій організації внутрішнього аудиту обліку дебіторської заборгованості на підприємствах з метою їх ефективного та стабільного функціонування. Особливості управління дебіторською заборгованістю досліджуються багатьма вченими, серед яких Белей С., Грушко В., Кияшко О., Костюченко В., Ковальова В., Нагірська К., Непочатова В., Орлова І., Рудницький В., Садовський І., Хохлов М. та інші.

Здійснюючи свою діяльність, підприємства вступають в розрахункові взаємовідносини з різними підприємствами, організаціями і особами, що передбачає виникнення між ними певних прав та зобов'язань. Принципи бухгалтерського обліку вимагають, щоб дохід не був врахований до того періоду, як товар буде відвантажений. Часто практикується попередня оплата, тобто оплата в рахунок майбутніх поставок. До фактичного відвантаження продукції така оплата не вважається покупкою для покупця і реалізацією для продавця. Проте, часто буває, що продукція відвантажена, але кошти за неї ще не надійшли, тобто проведено продаж у кредит. Тому протягом певного періоду, від моменту відвантаження продукції до моменту надходження платежу, кошти підприємства знаходяться у вигляді дебіторської заборгованості.

Залежно від можливості погашення, дебіторська заборгованість за товари роботи і послуги поділяється на дійсну, сумнівну та безнадійну.

Дійсною дебіторською заборгованістю є така заборгованість, що буде погашена відповідно до умов договору, та стосовно якої немає жодних сумнівів щодо її погашення.

Сумнівна дебіторська заборгованість – заборгованість, щодо якої існує невпевненість у її погашенні боржником.

Безнадійною є заборгованість, стосовно якої існує впевненість у її неповерненні боржником, або строк позовної давності якої минув.

Першочерговими завданнями при здійсненні аудиту дебіторської заборгованості є [1, с. 963-966]:

- забезпечення юридичної обґрунтованості кожної суми дебіторської та кредиторської заборгованості;
- вивчення причин виникнення заборгованості та прорахування їх наслідків;
- здійснення заходів щодо стягнення дебіторської заборгованості та з'ясування існування реальної можливості погашення кредиторської заборгованості;
- регулярне проведення інвентаризацій розрахунків на підприємстві та контроль за строком позовної давності.

У ході аудиту дебіторської заборгованості повинні бути вирішені наступні основні завдання: перевірка дотримання порядку документального відображення виникнення дебіторської заборгованості; підтвердження наявності внутрішнього контролю за відсутністю викривлення даних при відображенні показників на рахунках бухгалтерського обліку та фінансової звітності; підтвердження відповідності оформлених бухгалтерських операцій діючим нормативним актам; перевірка наявності інвентаризації розрахунків відповідно до облікової політики підприємства та вимог законодавства; контроль своєчасності погашення дебіторської заборгованості [2, с. 67-68].

Розглянемо більш детально кожний етап алгоритму дій внутрішнього аудиту для перевірки дебіторської заборгованості на підприємстві.

На першому етапі складається план робіт, визначаються основні процедури проведення перевірки.

Другий етап є основним етапом внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості, під час якого працівники внутрішнього аудиту починають проводити свої процедури, такі як опитування працівників, збирання аудиторських доказів, складання таблиці виявлених порушень та помилок.

На третьому етапі вся зібрана та отримана різними методами інформація заноситься до робочих документів, де працівники внутрішнього аудиту фіксують проведені процедури для складання висновку.

На четвертому етапі внутрішнього аудиту перевірки дебіторської заборгованості працівниками складається висновок з опису виявлених порушень або невідповідності обліку законодавству, надаються можливі рекомендації щодо їх усунення [3, с. 288-294].

Аудит розрахунків підприємства досить важливий, оскільки на практиці виникає багато різноманітних розрахунків, і вчасність покриття зобов'язань може

впливати на платоспроможність підприємства та його фінансовий стан. Проведення такого аудиту надає інформацію про стан розрахунків, правильність та достовірність обліку операцій з постачальниками та підрядчиками, наявність, структуру та терміни утворення заборгованості, виявлені порушення у процесі розрахунків, організацію внутрішнього контролю тощо. Розвиток внутрішнього аудиту обліку дебіторської заборгованості доцільно здійснювати у таких напрямках: удосконалення нормативно-правового забезпечення аудиту розрахунків та заборгованості; створення відділу внутрішнього аудиту на підприємстві та налагодження контролю за розрахунками з покупцями та за сумнівною і безнадійною заборгованістю.

**Список використаних джерел:**

1. Подмешальська Ю., Варварін Р. Внутрішній аудит як засіб удосконалення обліку та контролю дебіторської заборгованості. *Економіка і суспільство*. Випуск 7. 2016. С. 963-966.
2. Білозуб О., Древаль П., Сікетіна Н. Аудит дебіторської заборгованості: мета та завдання. *Вісник бізнесу і менеджменту*. Випуск 1. 2017. С. 67-68
3. Вареник В., Лесінська В. Удосконалення внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості на підприємстві. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. Випуск 1 (18). 2019. С. 288-294.

**Бузейнікова Т. М**, студентка  
**Науковий керівник: Волчек Р.М.**,  
к.е.н., доцент  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

З метою забезпечення ефективного управління діяльністю підприємства, підвищення його рентабельності, збереження активів тощо необхідний чіткий механізм контролю за господарськими операціями. Ці процеси повинні давати змогу всім учасникам системи управління отримувати та використовувати у процесі прийняття рішень достовірну фінансову інформацію, що залежить від ефективності діючої системи контролю. Для цього треба створити ефективну систему внутрішнього контролю, в яку входить і контроль за витратами діяльності [1, с. 142].

Дослідженням теоретичних і практичних проблем внутрішнього контролю присвятили свої наукові праці вітчизняні та російські науковці та дослідники: М. В. Дубініна, Н. В. Карпова, О. О. Коровченко, М. В. Ломонос-Чанкселіані, М. А. Проданчук, Н. В. Прохар, Ж. С. Труфіна, Н. В. Уткіна, В. Хачатрян та інші.

Система внутрішнього контролю – сукупність політики правил і процедур, прийнятих управлінським персоналом суб'єктом підприємництва з метою забезпечення організованого й ефективного здійснення фінансово-господарської діяльності для збереження активів, запобігання й виявлення випадків зловживань

і помилок, точності та повноти облікових даних, а також оперативної підготовки належної фінансової інформації [2, с. 369].

Організація внутрішньогосподарського контролю на підприємстві передбачає застосування взаємопов'язаних елементів, що забезпечують цілісність та ефективність цієї системи, яка в свою чергу, охоплює весь комплекс контрольних процедур, починаючи з формування інформаційних засад прийняття управлінських рішень, проведення контрольних та корегувальних дій та закінчуючи узагальненням результатів контролю [3, с. 243].

Сукупність суб'єкта, об'єкта и засобів контролю, тісна їх взаємодія в здійсненні контрольних функцій и прийнятті управлінських рішень утворюють систему внутрішнього контролю. Об'єктами контролю вважаються внутрішньогосподарські підрозділи, що виконують відповідні функції та здійснюють свій внесок до вирішення загальної господарських проблем. Керівництво вищого рівня здійснює контроль за роботою нижчого рівня та загалом усього підприємства. Звідси слід підходити до формування системи внутрішньо-господарського контролю (СВК) [4, с. 157]. Суб'єктами внутрішньогосподарського контролю є структурні підрозділи підприємства та особи, які здійснюють контрольні функції над об'єктами внутрішньогосподарського контролю відповідно до наданих прав та обов'язків, передбачення посадовими інструкціями та положеннями.

Побудова системи внутрішнього контролю, на думку авторів І. М. Белової, Т. В. Дідоренко, має бути здійснена на основі системного підходу, який враховує специфіку діяльності кожного центру відповідальності та передбачає:

- 1) виділення об'єктів контролю;
- 2) формування центрів відповідальності (центрів доходів і центрів витрат) з метою контролю за раціональним використанням (споживанням) спеціалізованих робочих активів та отриманими доходами і понесеними витратами з метою виявлення відхилень;
- 3) затвердження бюджетів з метою формування оптимальних показників, за якими визначатиметься результативність діяльності підприємства та структурних підрозділів;
- 4) формування аналітичного забезпечення та контрольних процедур для здійснення контролю;
- 5) розробку та впровадження форм внутрішньої звітності з метою формування оперативного інформаційного забезпечення системи управління [2, с. 371].

Метою контролю витрат операційної діяльності є перевірка повноти, правдивості та неупередженості інформації про витрати діяльності. Основним завданням такого контролю є перевірка достовірності даних обліку і звітності про витрати операційної діяльності, виявлення факторів, які впливають на їх формування, що залежать або не залежать від організації роботи підприємства.

Задачами перевірки витрат операційної діяльності:

- перевірка правильності розмежування витрат за кожною класифікаційною групою;

- встановлення правильності визначення суми витрат в обліку;
- перевірка правильності накопичення та віднесення витрат операційної діяльності на фінансові результати;
- підтвердження достовірності та правильності відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій з обліку витрат діяльності;
- підтвердження законності та правильності віднесення витрат до відповідного звітного періоду, а також правильність визначення фінансового результату в даному звітному періоді тощо.

Виходячи із програми і способів перевірки інформації про витрати, визначають об'єкти, джерела інформації, методичні прийоми (методи дослідження облікової інформації) та узагальнення результатів контролю. Залежно від напрямків виникнення витрат визначають об'єкти контролю. Потім при виконанні процедур контролю визначають інформацію, яку потрібно використовувати під час перевірки.

У першу чергу проводять нормативно-правове обґрунтування операцій, пов'язаних із витратами операційної діяльності. Для цього використовуються законодавчі акти, що регулюють фінансово-господарську діяльність підприємства й особливо нові напрями реформування бухгалтерського обліку в Україні.

Для перевірки повноти, правдивості і неупередженості витрат діяльності підприємства важливе значення має обґрунтованість цих показників, що потребує їх дослідження по суті і змісту та погляду нормативно-правового регулювання первинних документів, правильності відображення витрат в облікових реєстрах і звітності.

Перевірка витрат операційної діяльності підприємства потребує застосування певних методичних прийомів контролю та методів дослідження облікової інформації. Методичні прийоми контролю витрат діяльності потребують застосування методів обстеження діяльності об'єктів підприємства, визначення доходів і їх зіставлення з витратами, а також обґрунтування показників на підставі розрахунково-економічних розрахунків.

Важливе значення під час перевірки витрат діяльності підприємства також мають методи дослідження облікової інформації з цих операцій.

Таким чином, оскільки процес формування витрат в силу об'єктивних і суб'єктивних чинників може відхилитися від запланованих параметрів, виникає необхідність ухвалення своєчасних рішень по його коригуванню. Дієвість і результативність таких управлінських дій значною мірою залежить від якісно організованої на підприємстві системи внутрішнього контролю, що займає важливе місце в загальній системі управління будь-якого суб'єкта господарювання в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Макарук Ф. Ф. Облік і внутрішній контроль діяльності ринків: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09. Львів, ЛКА, 2016. 307 с.
2. Белова І. М., Дідоренко Т. В. Організація внутрішнього контролю діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Молодий вчений. 2018. № 6. С. 369-375.

3. Чередніченко М. Г., Руденко Л. О. Концептуальні засади організації внутрішньогосподарського контролю на підприємстві. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. Кропивницький : ЦНТУ, 2017. Вип. 32. С. 239-248.

4. Максимова В. Ф. Внутрішній контроль економічної діяльності промислового підприємства – системний підхід до розвитку. К: АВРІО, 2005. 264 с.

**Верчак А.О.**, студентка  
**Науковий керівник : Головач Н.А.** канд. екон.  
наук, доцент кафедри статистики та економетрії  
Київський національний торговельно-економічний  
університет, м.Київ, Україна

### **ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНІ ПРОЦЕДУРИ ТА АУДИТ РОЗВИТКУ МІКРО-ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Подальший розвиток підприємств в умовах неоіндустріалізації тісно зв'язаний з проблемою ефективності роботи системи контролю, обліку та аналізу діяльності мікро- та малих юридичних осіб в Україні, тобто аудиту та обліково-аналітичних процедур.

Велика кількість дослідників висловлювали свої думки на кшталт значення обліково-аналітичного забезпечення в здійсненні управління підприємством. Так Макода С.Л., Попова Л.В., Маслов Б.Г. та Маслова І.А. стверджують, що значимість полягає в об'єднаному аналізі облікових і аналітичних даних по декільком операціям в єдиний процес, проведенні оперативного мікроаналізу, дотримання умов безперервності цього процесу і використанні його результатів при виробленні рекомендацій для прийняття управлінських рішень. При цьому загальна методологія та нормативні положення обліку та аналізу удосконалюються для раціонального використання в єдиній обліковоаналітичній системі [1, с. 36]

Згідно 2 статті Бухгалтерського обліку від 01.01.2018 р. мікропідприємствами є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв: балансова вартість активів — до 350 тисяч євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) — до 700 тисяч євро; середня кількість працівників — до 10 осіб. Малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв: балансова вартість активів — до 4 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) — до 8 мільйонів євро; середня кількість працівників — до 50 осіб.[2]

Спираючись на дані статичної звітності, в Україні станом на 2018 рік частка суб'єктів малого підприємства становить 99,3%, з них більше 60% підлягають обов'язковій звітності, висвітленню результатів діяльності та акту аудиторської перевірки на своїх сайтах, тому питання більш ефективного обліку та аудиту діяльності слід вирішувати на мікрорівні.[3]



Значний вплив на функціонування системи здійснює держава, впроваджуючи правила збору та обробки інформації, її аналізу та подальшого висвітлення, для проведення громадського контролю ефективності роботи підприємства. Головним чинником, що перешкоджає мікропідприємствам здійснювати обліково-аналітичні процедури, є здебільшого відсутність висококваліфікованих спеціалістів, що вміють правильно працювати з бухгалтерськими програмами. Організація додатково витрачає значні кошти на навчання кадрів, допомогу та перевірку обліку своєї діяльності, звертаючись до аудиторів впродовж року.

ЗУ «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 01.10.2018 року визначає, що аудитором є фізична особа, яка підтвердила кваліфікаційну придатність до провадження аудиторської діяльності, має відповідний практичний досвід та включена до Реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності. [3]

Велика проблема у проведенні аудиторського аналізу на Україні є нестача компаній, а в них кваліфікованих працівників, що можуть проводити контроль фінансової звітності. Так станом на 2019 рік, на кожного дійсного аудитора припадає 5-8 підприємств малого бізнесу, та 1-2 – великого.[3]

Виходячи з цього ми розуміємо, що складність перевірки базується на приділенні недостатньої уваги окремому підприємству через те, що одна людина перевіряє одразу декілька, частіше всього різнопланових підприємств.

***Список використаних джерел:***

1. Попова .В. Основные теоретические принципы построения учетно-аналитической системы / Л.В. Попова, Б.Г. Маслов, И.А. Маслова // Финансовый менеджмент. – 2003. – № 5. – С. 34-37.

2. Законодавство України – Про внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" щодо удосконалення деяких положень.(Електронний ресурс) Режим доступу : [zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19)

3. Економічна статистика.(Електронний ресурс) – Режим доступу: [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua)

**Вовк В.В.**, студентка  
**Науковий керівник: Маліновська О.Я.**,  
кандидат економічних наук, доцент, доцент  
кафедри економіки та менеджменту  
Львівський національний університет імені  
Івана Франка, м.Львів, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЦІЛІСНОЇ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Розвиток системи господарювання спричиняє необхідність здійснення контролю як функції управління. Одним з видів контролю є внутрішньоекономічний контроль, який ще потребує подальшого удосконалення.

Він підтримує взаємозв'язок, стимулює ефективність різних видів діяльності як в межах підприємства, так і в межах окремих об'єктів.

Внутрішній контроль – функція управління, що виступає способом налагодження зворотних зв'язків, завдяки цьому управлінський персонал на підприємстві точно простежує виконання прийнятих рішень. Тобто з'являється змога вчасно реагувати на відхилення в роботі підконтрольних центрів відповідальності від мети і коригувати це.

Методом економічного контролю є специфічні прийоми, що використовуються з дотриманням певних принципів законності, доцільності, достовірності у поєднанні з вивченням фактичного стану об'єктів.

Метод контролю полягає у поєднанні отриманої інформації з бажаним станом (за законами, планами тощо). Елементами контролю є, спрямовані на об'єкт, певні дії – методичні прийоми. Вони висвітлюють технологію процесу контролю, виконання якої стає можливою завдяки виконанню адекватних контрольних дій за процедурами.

Організація внутрішнього контролю має здійснюватися на певному суб'єкті господарської діяльності та в його підрозділах за допомогою індивідуального підходу, який надає контролю системності: визначення підконтрольних об'єктів; формування оптимальних показників; організація методу контролю, використовуючи методи та прийоми системи контролю; створення аналітичного забезпечення системи контролю та визначення показників для порівняння; впорядкування документообігу; тощо[5].

Прийнято вважати, що принципами є основні положення, що забезпечують функціонування системи внутрішнього економічного контролю. Тобто це загальні правила, які використовуються в випадку впровадження системи внутрішнього контролю на підприємстві.

При визначенні принципів системи внутрішнього контролю дотримуються певних вимог:

- Принципами є загальні правила
- Системність має бути концептуальним підґрунтям тлумачення принципів
- Для розробки принципів слід використовувати форми прояву законів, які реалізуються через них

Внутрішній контроль спрямований на запобігання зловживанням, обмеженні неефективних операцій, створення умов для вчасного і правильного оформлення облікових записів, сприяє збереженню майна підприємства, обмежує зловживання щодо матеріальних цінностей.[4]

Для цілей внутрішнього економічного контролю слід сприймати управління як цілісний процес та як окремі функції системи, взаємозв'язок між якими стає можливим завдяки відкритості контролю і наявності зворотного зв'язку. Специфічні властивості системи управління:

- Зміни в одному елементі системи можуть викликати і зміни в іншому
- Відмінність управління-суб'єкта від управління-об'єкта не має субстанційних ознак

- Управління-суб'єкта є більш активним та динамічним, порівняно з управлінням-об'єктом

- Вміння управління-суб'єкта генерувати певні рішення щодо оптимізації та розвитку цілісної системи внутрішнього контролю

Як наслідок, ефективна система внутрішнього контролю забезпечує достовірність та оперативність формування інформації для управління, що формує правильний зв'язок між керуючою та підпорядкованою їй системами, що допомагає ефективній реалізації потрібної мети.

Отже, удосконалення внутрішнього контролю спрямоване на підвищення його ефективності, а предметом внутрішнього контролю є стан організаційних, економічних та інших характеристик підприємства як системи.

Управління- це сукупність самостійних, пов'язаних між собою функцій та стадій процесу управління, де контроль полягає у відстеженні процесу управління та його ефективності.

Можна зробити висновок, що внутрішній контроль це одна із основних функцій управління, тому внутрішній контроль не може існувати окремо від системи управління, а отже, принципом у створенні структури суб'єктів внутрішнього контролю є відповідність загальній логіці організації управління. Виходячи з вищесказаного, система внутрішнього контролю залежить від певних законів: синергійності, концентрації, інформованості тощо.

Сьогодення вимагає вдосконалення системи внутрішнього контролю та її оцінки з метою визначення відповідності характеристикам, принципам функціонування, динаміки в сучасних умовах.

**Список використаних джерел:**

1. Malinovska O.Y. Analysis of strategic potential of regional civil programs in the context of regional development policy (by the example of the Lviv region) / O.Y. Malinovska // Slovak international scientific journal – 2019. – № 26. – С. 17-24

2. Маліновська О.Я. Сучасні тенденції розвитку маркетингу як концепцій управління / Маліновська О.Я., Вовк В.В. // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (28 листопада 2018 р.)] / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2018. – С. 58- 61.

3. Маліновська О.Я. Управління кар'єрним ростом менеджера в організації / О.Я. Маліновська, // Сучасна парадигма публічного управління [матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 жовтня 2019 р., м. Львів) ] / за наук. ред. к.е.н., доцента Стасишина А.В. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – С. 520-524.

4. Марценюк Р. А. СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ: ТЕОРЕТИКО-ПРОБЛЕМНИЙ АСПЕКТ [Електронний ресурс] / Марценюк Р. А. – Режим доступу до ресурсу: [http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/5419/1/Марценюк\\_Р.\\_А..pdf](http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/5419/1/Марценюк_Р._А..pdf).

5. Навчальні матеріали онлайн (pidruchniki.website) © 2010 - 2019. Поняття, цілі, методи та функції системи внутрішнього контролю [Електронний ресурс] / Навчальні матеріали онлайн (pidruchniki.website) © 2010 - 2019 – Режим доступу до ресурсу: [https://pidruchniki.com/13560615/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/ponyattya\\_tsili\\_metodi\\_funktsiyi\\_sist\\_emi\\_vnutrishnogo\\_kontrolyu](https://pidruchniki.com/13560615/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/ponyattya_tsili_metodi_funktsiyi_sist_emi_vnutrishnogo_kontrolyu)

**Волхонська А.А.**, студентка  
**Науковий керівник: Баришевська І.В.**,  
к.е.н., доцент, Миколаївський національний  
аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Сучасна економічна ситуація країни та діяльність великих підприємств передбачає здійснення комплексу заходів щодо удосконалення їхньої діяльності для підтримки конкурентоспроможності на ринку та підвищення прибутковості. Одним із способів покращення становища підприємства та підтримки його в конкурентоспроможному стані є здійснення внутрішнього аудиту, основним завданням якого є виявлення відхилень в діяльності підприємства та розробка рекомендацій щодо їх усунення. В результаті виконання даного завдання внутрішнього аудиту визначається проблеми та перспективи його функціонування [1, с 247].

Внутрішній аудит в Україні почав розвиватися з отриманням незалежності, оскільки в нашій державі на законодавчому рівні стало можливим приймати закони та нормативні акти, які регулюють аудиторську діяльність в цілому. Але внутрішній аудит не так розповсюджений на вітчизняних підприємствах. Внутрішній аудит за кордоном почав розвиватися з появою приватної власності. Тому закордонні партнери в цьому питанні мають більше досвіду, щодо функціонування внутрішнього аудиту на підприємствах. Власники, керівники підприємств, менеджери потребують більше інформації відносно підприємства та аналізують активи, заборгованості, основні засоби, запаси та інше, що є на підприємстві. Це викликає підвищення попиту до інформації, яка існує на підприємстві. Вона повинна відповідати вимогам сьогодення, бути точною конкретною, правдивою. Оскільки за рахунок неї, приймаються стратегічні управлінські рішення. Висуваються й вимоги до бухгалтерського обліку. Його розглядають як складову для прийняття бізнес рішень [2].

Під внутрішнім аудитом розуміють організовану на підприємстві, регламентовану внутрішніми документами, систему контролю за додержанням встановленого порядку здійснення бухгалтерського обліку і надійністю функціонування системи внутрішнього контролю, що діє в інтересах його керівництва або власників[7].

Варто підкреслити, що аудит, як і будь-яка діяльність, пов'язаний з законодавством, згідно якого він стандартизується та нормується. Але це стосується переважно зовнішнього аудиту. Стандартів, що регулюють функціонування внутрішнього аудиту немає (за винятком нормативних документів Національного банку України з регламентації внутрішнього аудиту в комерційних банках України), і це зменшує поширення передового досвіду в цій сфері діяльності на інших підприємствах. З іншого боку, відсутність будь-яких обмежень на зміст і форми проведення внутрішнього аудиту стимулює розробку суб'єктами господарювання власних форм реалізації його функцій [3, 493].

Внутрішньому аудиту притаманні наступні функції:

1. Планування
2. Організація
3. Операційна функція
4. Контроль
5. Реалізація матеріалів внутрішнього аудиту

Робота служби внутрішнього аудиту на підприємстві організується у відповідності з календарними планами робіт, які затверджує керівник підприємства. Здійснення внутрішнього аудиту на підприємстві – це основна ділянка функціонування системи внутрішнього контролю, яка полягає в перевірці діяльності певного структурного підрозділу та винайденні шляхів її удосконалення [4, с.574].

В процесі організації внутрішнього аудиту слід пам'ятати, що він повинен бути організований на такому рівні, щоб результат діяльності системи внутрішнього контролю об'єктивно відображав діяльність підрозділу, який перевіряється, а також був доступний для розуміння всім користувачам такої інформації. Для виконання даної умови внутрішнім аудиторам необхідно дотримуватись принципів при організації внутрішнього аудиту [5, с. 160].

Основними вимогами щодо організації внутрішнього аудиту можна вважати:

- забезпечення перевірки у мінімальних обсягах інформаційними матеріалами, що об'єктивно відображають стан справ;
- організація перевірок у відповідності до принципів організації внутрішнього аудиту;
- здійснення внутрішньо аудиторських перевірок відповідно до річного плану аудиторських перевірок та завдань керівника із забезпеченням законності дій внутрішніх аудиторів;
- забезпечення працівників системи внутрішнього контролю чинними нормативними документами для забезпечення нормальної роботи системи внутрішнього контролю;
- забезпечення надання достовірної інформації, необхідної для здійснення перевірки;
- забезпечення збереженості комерційної таємниці підприємства шляхом накладення на внутрішнього аудитора відповідальності за розголошення комерційної таємниці підприємства [6, с. 64].

Перед проведенням перевірки службою внутрішнього аудиту та можливості використання комерційної таємниці підприємства в ході перевірки, слід укласти договір з працівником про нерозголошення комерційної таємниці підприємства. При організації процесу внутрішнього аудиту слід пам'ятати, що для перевірки різних об'єктів на підприємстві здійснення внутрішнього аудиту буде включати різні етапи, проте організація процесу внутрішнього аудиту матиме стандартне наповнення.

В Україні на сучасному етапі не існує нормативно-правової бази стосовно регулювання внутрішнього аудиту, що ускладнює його здійснення та розвиток на

вітчизняних підприємствах. У зв'язку з тим, вважаємо за доцільне на законодавчому рівні удосконалити методичне забезпечення системи внутрішнього аудиту.

**Список використаних джерел:**

1. Пантелєєв В.П. Внутрішній аудит: [навч. посіб.] / В.П. Пантелєєв, М.Д. Корінько / за ред. д.е.н., проф. В.О. Шевчука. – К.: Державна академія статистики обліку та аудиту Державного комітету статистики України, 2006. – 247 с.
2. Редько О., Редько К. Процедури аудиту як основа професійної практики //Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – №. 6. – С. 45-50
3. Редько О.Ю. Аудит в Україні. Морфологія [Текст] / О.Ю. Редько. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агенство», 2008. – 493 с.
4. Білуха М.Т. Курс аудиту: [підручник] / М.Т. Білуха.– Т-во «Знання», КОО, 1999. – 574 с.
5. Сушкевич А.Н. Организация бухгалтерского учета и внутреннего аудита. / А.Н. Сушкевич. – Мн.: Ред. журн. «Пром.-торг. Право», 2006. – 160 с.
6. Сонин А.М. Внутренний аудит: Современный подход. / А.М. Сонин. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 64 с.
7. Закон України “Про аудиторську діяльність” № 3125-ХІІ від 22 квітня 1993 року.

**Герчанівська С.В.**, к.е.н., доцент  
**Ткачук К.І.**, магістр  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут»  
м. Бережани, Україна

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПІДРЯДНИКАМИ**

Для дослідження обліку та контролю розрахунків з постачальниками та підрядниками необхідно з'ясувати економічну сутність понять постачання та підряду. Це є актуальним питанням нашого дослідження, оскільки неможливо достовірно відобразити та ефективно контролювати розрахункові взаємовідносини між суб'єктами господарювання без розуміння сутності таких взаємовідносин та однозначного трактування понять. Крім того, процес постачання та виконання підрядних робіт є важливими в діяльності кожного підприємства.

Постачання є одним із трьох господарських процесів (постачання, виробництво, реалізація), як об'єктів, що утворюють господарську діяльність підприємства. Тобто, це одна із найважливіших складових діяльності кожного суб'єкта господарювання. В процесі постачання задіяно дві сторони: постачальник і покупець, а при підряді – виконавець і замовник.

Бутинець Ф.Ф. наводить таке визначення поняття «постачальник» – «юридична або фізична особа, яка здійснює поставку товарно-матеріальних цінностей (сировини, матеріалів, палива, будівельних матеріалів, запасних частин, товарів), надання послуг (подачу електроенергії, газу, води, пари тощо), виконання робіт (поточний і капітальний ремонт основних засобів тощо)» [1, с. 139], а також поняття «поставка», під яким розуміється «організація руху

товарів від продавця (з його складів) до покупця. Здійснюється на підставі договорів (контрактів), укладених між продавцем і покупцем, в яких повинні бути відображені наступні основні умови поставки: вид, обсяг, строки поставки, вид транспортного засобу тощо» [1, с. 138].

Крім постачальників підприємства часто вступають в договірні відносини з підрядниками, адже необхідно будувати склади, виробничі приміщення, офіси, проводити капітальний ремонт будівель тощо. Підрядник – це учасник будівництва, який зобов'язаний на свій ризик і за обумовлену ціну виконати передбачені контрактом роботи і передати їх замовнику у встановлені строки [1, с. 132].

На нашу думку, поняття «підрядники» не обов'язково пов'язувати саме з виконанням будівельно-монтажних робіт, оскільки за договорами підряду можуть надаватися і інші послуги та роботи. Тому пропонуємо визначати сутність даного поняття, відштовхуючись саме від умов договору підряду як особливого виду господарських договорів, що регулює відносини підприємства з його контрагентами. Таким чином, підрядники – це юридичні та фізичні особи, що виготовляють продукцію (виконують роботи, надають послуги) на умовах договору підряду.

Основне завдання процесу постачання полягає в забезпеченні потреб виробничого процесу в ресурсах – сировині, матеріалах, паливі, тарі, запасних частинах, малоцінних і швидкозношуваних предметах тощо. Таким чином, процес постачання предметів праці є важливою передумовою здійснення основної діяльності підприємства. Цей процес має відбуватися безперервно й рівномірно, оскільки надлишок або нестача цінностей негативно впливає на кінцевий результат господарської діяльності.

Розрахункові взаємовідносини між постачальниками (підрядниками) і покупцями виникають у процесі господарської діяльності підприємств і цим відносинам, як правило передують укладення договорів (контрактів) купівлі-продажу товарно-матеріальних цінностей, договорів підряду на виконання різних робіт, надання послуг тощо. Це найбільш розповсюджена та важлива основа виникнення зобов'язань, основна форма реалізації товарно-грошових відносин у ринковій економіці.

Рішення з постачання приймаються в умовах, коли змінюються як зовнішні фактори господарювання (економічні, політичні, соціальні, культурні, технічні, законодавчі, юридичні, ринок, кон'юнктура, пропозиція), так і внутрішні (план постачання і завдання, зв'язки підприємства, взаємовідносини з відділами, зміна асортименту), що породжує наявність проблеми й обмеження [2, с. 81].

Заборогованість у бухгалтерському обліку підприємства відображається як наслідок його цивільних зобов'язань, що виникають у результаті визначеної домовленості. Домовленість, оформлена договором, є визначеною дією суб'єктів, які беруть у ній участь (юридичних чи фізичних осіб), результатом якої є виникнення товарних і грошових зобов'язань.

Договір зобов'язує одну сторону – кредитора – надати певні цінності або виконати роботи та послуги належної якості (товарна частина угоди), а іншу

сторону – дебітора, – оплатити в установленій договором термін виконані першою стороною зобов'язання (грошова частина угоди) [3, с. 320].

Отже, розрахунки з постачальниками і підрядниками можемо відзначити як взаємні розрахунки підприємств за товарно-матеріальні цінності, виконані роботи, надані послуги. Вони є переважними, й саме від безперервності та планованості організації даних розрахунків вирішальною мірою залежить стан усіх розрахунків підприємства, його фінансовий стан та платоспроможність. Поряд з трактуванням понять «постачальники» та «підрядники» у спеціальній літературі з бухгалтерського обліку та іншій економічній літературі авторами розглядається ряд проблем з теми даного дослідження. Ці проблеми є важливим джерелом багатьох наукових досліджень, враховуючи незадовільний стан розрахункової дисципліни між українськими підприємствами в сучасних умовах господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бутинець Ф. Ф., Виговська Н. Г., Івахненко С. В. Бухгалтерський словник. Житомир : ПП «Рута», 2001. 224 с.
2. Орлов І.В. Теорія та методологія бухгалтерського обліку і контролю зобов'язань суб'єктів господарювання: автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.09 / ІЖитомир. держ. технол. ун-т. Житомир, 2011. 36 с.
3. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент: науч. пособ. Финансы и статистика, 2003. 768 с.

**Дегтяренко В.І.**, студентка  
**Науковий керівник: Нежива М.О.** канд.  
екон. наук, доцент Київський національний  
торговельно-економічний університет  
м. Київ, Україна

## **ІТ-АУДИТ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

У сьогоденному суспільстві майже неможливо уявити своє життя без активного використання комп'ютерних технологій. Вони відіграють величезне значення як у особистій, так і у професійній сферах життя. Кожне підприємство використовує комп'ютерні технології, адже це значно спрощує та пришвидшує операційні процеси, дозволяє їх уніфікувати та посилити контроль за виконанням, надає своєчасний доступ до актуальної інформації. Використання ІТ-технологій відкриває нові горизонти та створює додаткові можливості для розвитку організації. У сучасному світі – це одна із найбільш значимих конкурентних переваг, незалежно від сфери, в якій діє підприємство.

ІТ-середовище, як структурна складова організації, являє собою складну систему, яка об'єднує різноманітні інформаційні, програмні, технічні, людські й інші види ресурсів для досягнення поставлених цілей. Проте часом, використання ІТ-технологій може створювати певні труднощі (складність і неефективність ІТ-системи, залежність результатів діяльності від технологій, зависока вартість



обслуговування роботи системи), а часом навіть і нести ризики для діяльності організації – наприклад, несанкціонований доступ до даних. За рахунок цього усе більшої актуальності набуває ІТ-аудит.

ІТ-аудит (або аудит інформаційних систем і технологій) – це процес збирання аудитором (компетентним фахівцем або групою фахівців) аудиторських доказів (фактів) щодо ІТ-середовища організації та їх професійного оцінювання й аналізу для отримання свідоцтва аудиту (об’єктивної інформації) про його поточний стан з метою відображення останніх в аудиторському висновку, а також надання рекомендацій щодо удосконалення ІТ-середовища [1]. Основними завданнями ІТ-аудиту є:

- надання інформації про поточний стан ІТ-інфраструктури підприємства;
- виявлення проблемних місць і недоліків ІТ-системи компанії, визначення її відповідності поточним завданням бізнесу;
- надання рекомендацій щодо підвищення надійності, продуктивності і ефективності роботи ІТ-систем;
- надання рекомендацій і плану розвитку ІТ-інфраструктури організації;
- раціоналізація і скорочення витрат на ІТ-сферу;
- оцінка інформаційних ризиків;
- проведення періодичних перевірок;
- виконання аналізу процесів розробки і впровадження нових інформаційних систем.

Джерелами отримання інформації для ІТ-аудиту можуть слугувати: правові та нормативні акти, внутрішні інструкції об’єкта аудиту; положення про організацію, організаційна структура; проекти планів заходів, звітів, статистичних даних, протоколів; дані первинних документів і звітів, у яких відображена основна інформація про процеси та операції; звіти, документи, облікові реєстри та інша інформація про транзакції / фінансові процеси; фінансова, бюджетна, статистична, податкова звітність; а також інші документи, матеріали та інформація, що можуть містити необхідну інформацію [2, с. 25].

ІТ-аудит має здійснюватися компетентним аудитором чи групою аудиторів, які мають спеціальний досвід у сфері інформаційних технологій та з питань забезпечення організації управлінською інформацією. ІТ-аудитори повинні бути ознайомлені із загальноприйнятими методами і прийомами внутрішнього аудиту, тестуванням та оцінкою ризиків, пов’язаних з ІТ. Також вони мають бути обізнаними у питаннях ІТ-технологій: наприклад, володіти інформацією про вартість систем та обладнання, спеціальними знаннями у сфері програмного забезпечення. Основними методами та інструментами ІТ-аудиту є:

- аналітичний контроль;
- тестування систем контролю;
- документальна перевірка;
- вибірка;
- фактична перевірка, спостереження;
- опис процесів, побудова блок-схем;

- повна перевірка відповідності процесу;
- опитувальники /анкетування;
- інтерв'ю персоналу об'єкта аудиту / залучених третіх сторін;
- вивчення нормативно-правової бази, інших документів;
- спеціальна перевірка, експертна оцінка.

Існують такі види ІТ-аудиту, як: ІТ-аудит безпеки, ІТ-аудит якості, аудит ІТ-проекту, аудит розробки систем, аналіз даних. ІТ-аудит безпеки – перевіряє, забезпечується конфіденційність, організована безпека інформації, цілісність систем та розподіл відповідальності в державній установі. ІТ-аудит якості – визначає якість інформаційної системи і бізнес процесів, їх результативність, ефективність. Аудит ІТ-проекту – перевірка організація ІТ-проекту, його організації, планування, розподілу обов'язків персоналу, бюджету, часу. Аудит розробки систем – відслідковування відповідності систем, що є у процесі розробки, загальним цілям організації. Аналіз даних – виокремлення та збір фінансової інформації з бази даних інформаційної системи, у запитах та звітах, що є необхідною для аналізу фінансових даних.

Проведення ІТ-аудиту складається із 4 основних етапів, які є універсальними для будь-якого виду аудиту:

- попереднє дослідження об'єкта аудиту та планування внутрішнього аудиту;
- проведення аудиту та аналіз;
- підготовка аудиторського звіту;
- відстеження результатів впровадження аудиторських рекомендацій.

Процес ІТ аудиту в зазначених аспектах не відрізняється від будь-яких інших видів аудиту та здійснюється відповідно до тих самих кроків. Першим етапом є попередня діагностика. На цьому етапі формулюється мета проведення ІТ-аудиту, діагностується загальний стан об'єкта, визначається наявність і якість документального забезпечення. На основі первинної інформації наші фахівці визначають обсяг робіт по аудиту, підбирають методики і розробляють план проведення ІТ-аудиту. Другий етап – діагностика об'єкта. Під час цього відбувається основна робота зі збору інформації про об'єкт перевірки, для реалізації затвердженого плану ІТ-аудиту. На цьому етапі інформація збирається на основі анкетування персоналу, аналізу документальної інформації, тестування технічних засобів за допомогою спеціалізованої апаратури і програмного забезпечення. На третьому етапі обробляються результати, що були отримані під час попереднього етапу, відбувається розробка рекомендації щодо усунення небажаних явищ і вдосконалення складових ІТ-інфраструктури, створюється аудиторський звіт. На завершальному етапі відбувається узгодження результатів аудиту та визначається план заходів щодо подальших дій [3].

Застосування ІТ-аудиту на підприємствах дозволяє оцінити відповідність інформаційних систем вимогам бізнесу, виявити недоліки і упущення, якісно спланувати подальший розвиток організації. Здійснення ІТ-аудиту з метою профілактики дозволить систематизувати інформаційну структуру підприємства,

визначити основні тенденції її розвитку, виявити місця можливого зниження витрат на ІТ, захистити підприємство від можливих витоків інформації [4].

Отже, у результаті проведення ІТ-аудиту створюється цілісна картина ІТ-інфраструктури організації, що дозволяє оцінити стан поточних справ, перелік недоліків, можливих ризиків, пов'язаних з ними та рекомендації з їх усунення. ІТ-аудит є дуже актуальним для сьогоденних реалій бізнесу. Він є дієвим інструментом, що дозволяє одержати достовірну, повну й точну інформацію про стан справ ІТ-інфраструктури, обрати подальшу стратегію розвитку, збільшити загальну ефективність і економічну обґрунтованість прийняття управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ус Р. Л. Аудит інформаційних технологій-новий вид аудиту організацій / Р. Л. Ус // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 1. – С. 81-86.
2. Гаврилова Л.В Практична методологія ІТ-аудиту / Л.В. Гаврилова, Ян ван Тайнен, Р.М. Рудніцька, Манфред ван Кестерн, Герард ван де Берг та ін. – К.: ТОВ «Європейський інститут державного управління та аудиту», 2015. – 45 с.
3. Пугаченко О. Б. Особливості аудиту інформаційних систем і технологій / О. Б. Пугаченко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2009. – Вип. 16 (2). – С. 223-228.
4. Клімович І. М. ІТ-аудит як один з перспективних напрямків інформаційної перевірки підприємств / І. М. Клімович, Т. В. Подобед // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2016. - № 5(1). - С. 89-93.

**Дорош О. В., студентка**  
**Науковий керівник: Лоханова Н.О.,**  
д.е.н., професор  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Основною метою функціонування будь-якого підприємства, зокрема, підприємства з надання послуг автоперевезень, є максимізація прибутку й, відповідно, зниження собівартості наданих послуг. Тому актуальним на цей час є виявлення особливостей формування собівартості перевезень, завдяки чому можливо виявити резерви зниження витрат автотранспортних підприємств.

Метою дослідження є виявлення особливостей калькулювання собівартості наданих послуг на автотранспортних підприємствах із застосуванням різних методів.

Собівартість перевезень – це виражені в грошовій формі поточні витрати транспортних підприємств, безпосередньо пов'язані з підготовкою та здійсненням процесу перевезень вантажів, а також виконанням робіт і послуг, що забезпечують перевезення (наприклад, вантажно-розвантажувальні роботи тощо). Конкретний перелік і склад статей калькулювання собівартості перевезень визначається підприємством у Наказі про облікову політику.

Узагальнюючою калькуляційною одиницею під час визначення фактичної собівартості наданих послуг на автотранспортних підприємствах є відношення суми витрат на 1 грн. отриманих підприємством доходів. Також на практиці зазвичай для визначення тарифу на перевезення використовують такі показники як: витрати у розрахунку на 1 км пробігу та у розрахунку на 1 годину пробігу.

Згідно Методичних рекомендацій з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті [1], передбачено такі методи калькулювання собівартості: нормативний, стандарт-костінг, позамовний та простий.

*1. Нормативний метод* використовується підприємствами, що постійно здійснюють перевезення вантажів визначеного тоннажу за визначеними маршрутами. Алгоритм використання методу:

- перед початком надання послуг складається калькуляція нормативної собівартості на будь-який період на основі діючих на підприємстві норм витрат на обслуговування виробництва.

- протягом місяця ведеться облік фактичних витрат із розподіленням на нормативні витрати та відхилення від норм. При цьому відхиленнями від норм вважаються як перевитрати, так і економія матеріальних, трудових та інших витрат.

- встановлюються й аналізуються причини відхилень від норм, а також умови прояву таких відхилень за місцями їх виникнення, виявляються винні особи тощо. При цьому фактичні витрати, що перевищують нормативні, не включаються до собівартості перевезень, якщо вони пов'язані із зловживаннями та порушенням правил зберігання.

- наприкінці місяця фактична собівартість перевезень визначається шляхом додавання до нормативної собівартості або віднімання від неї виявлених у звітному періоді відхилень від норм.

*2. Стандарт-костінг* багато в чому подібний до нормативного методу, проте цей метод не відповідає нормам П(С)БО 16, оскільки передбачає, що абсолютно усі відхилення від норм (незалежно від причин) зразу списуються на фінансовий результат діяльності підприємства або на винних осіб й не включаються до собівартості транспортних послуг. Тому зазначений метод доцільно використовувати лише тільки для цілей ведення управлінського обліку на АТП.

*3. Простий метод* використовується на малих підприємствах або на підприємствах із незначних переліком транспортних послуг і передбачає, що витрати звітного періоду, що входять до виробничої собівартості, накопичуються протягом періоду загальною сумою, яка під час визначення фактичної собівартості одиниці перевезення ділиться на кількість наданих послуг (у тн-км або год.).

*4. Позамовний метод* передбачає окремий облік за кожним видом перевезень (робіт, послуг) у розрізі статей витрат. Він використовується коли:

- маршрути перевезень та вага вантажів кожен раз відрізняються;
- щодо замовників використовуються різні підходи відносно сервісу на маршрутах, вартості палива;

– на АТП використовуються різні марки авто тощо.

Класичним об'єктом обліку витрат і калькулювання за позамовним методом є окреме виробниче замовлення, яке відкривається як на окреме перевезення вантажу, так і на всі перевезення в цілому, а також на окремі марки і модифікації транспортних засобів, що здійснюють перевезення протягом звітного періоду. За цим методом при розрахунку фактичної собівартості всі прямі основні витрати (матеріальні, трудові, амортизаційні тощо) враховуються в межах встановлених статей калькуляції по окремим виробничим замовленням (видами перевезень), включаючи їх до складу витрат за кожним видом перевезень. Якщо прямо віднести такі витрати на собівартість кожного окремого виду перевезень важко, то вони повинні розподілятися між ними згідно бази розподілу, що зафіксована в Наказі про облікову політику.

Таким чином, підсумовуючи, варто вказати, що застосування розглянутих методів калькулювання собівартості на автотранспортних підприємствах не має певних принципових відмінностей за виключенням необхідності врахування галузевих особливостей. Однак облік витрат слід організувати таким чином, щоб забезпечити своєчасне, повне і правильне визначення витрат за статтями та елементами витрат; розрахунок собівартості за окремими видами робіт, послуг та в цілому за підприємством; виявлення внутрішніх резервів зниження собівартості перевезень тощо.

#### *Список використаних джерел:*

1. Методичні рекомендації з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті, затв. Наказом № 65 від 05.02.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0065361-01>.

**Ємельянова Ю.В., Кузьменко Н.В.**

**Науковий керівник: Циган Р.М.,**

ст. викладач Кременчуцький національний  
університет ім. Михайла Остроградського,  
м. Кременчук, Україна

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЛИННІСТЬ КАДРІВ В УКРАЇНІ**

Забезпечення підприємств досвідченими та професійними кадрами дає можливість підприємству розвиватись, збільшувати потужність виробництва продукції, впроваджувати інновації та ,відповідно, на належному рівні бути конкурентоспроможним.

Проблемою управління персоналом займалося велика кількість вітчизняних вчених-економістів, а саме: Яковенко О. М.[1], В. О. Шишкін [2], С.Г. Улюкаєв, В.І. Борщ, В.В. Белякова [3], Р.З. Дарміць, Г.П. Горішна [4].

Так, В.І. Борщ та В.В. Белякова дійшли висновку, що сучасна кадрова політика є винятково актуальною і складною проблемою, вирішення якої передбачає розробку нових концепцій, програм і технологій, залучення інтелектуальних та фінансових ресурсів. Р.З. Дарміць та Г.П. Горішна вважають, що для повноцінного комплектування персоналу компанії необхідно враховувати

усі особливості джерел, засобів та методів пошуку працівників для прийняття виважених рішень про використання комплексу засобів, які дозволили б якнайшвидше та найякісніше знайти та залучити до роботи необхідних фахівців та багато іншого.

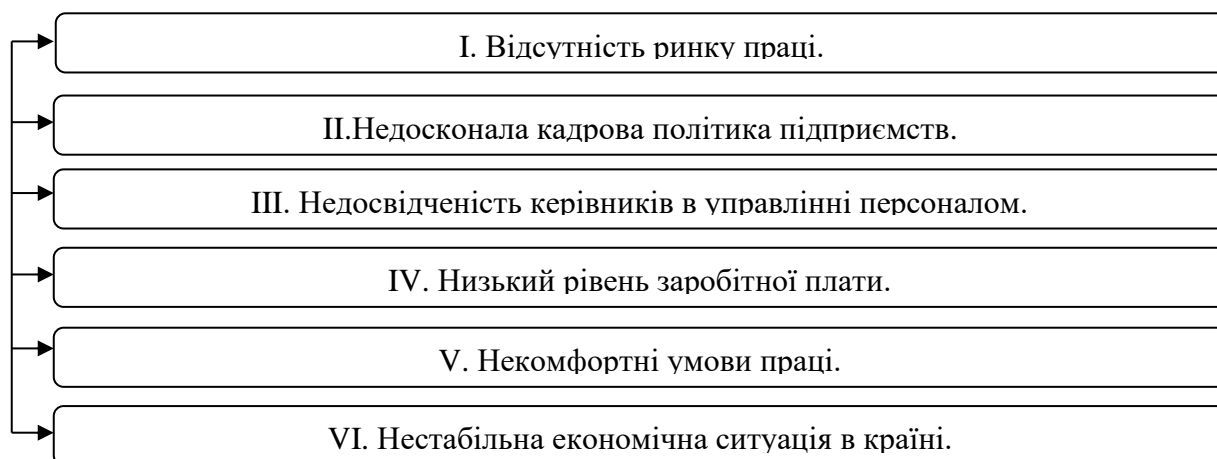
Але, на нашу думку, основною проблемою на підприємствах України є відсутність ефективної кадрової політики, що полягає унедостатності досвідчених керівників, стимулів продуктивності праці, відповідного навчання з метою підвищення кваліфікації, належної роботи з персоналом тощо.

На сьогодні в Україні сформувалася досить критична ситуація стосовно кількості кваліфікованих кадрів на підприємствах (рис.1), а також кризова ситуація в економіці України та події 2014 року на сході країни досить вплинули на тактику та план дій розвитку багатьох підприємств.



**Рис.1 Середньооблікова кількість штатних працівників**(побудовано за даними [5])

В умовах постійної конкуренції між підприємствами зростає попит на кваліфікованих працівників, та разом з цим з'являється потреба для керівництва розробляти нові методики перехоплення найкращих кадрів у конкуруючих фірм. На сьогодні в Україні простежується дефіцит професіоналів. Виділимо основні фактори плинності працівників (рис.2).



**Рис.2 Основні фактори плинності кадрів**

I. Головним фактором плинності кадрів являється відсутність ринку праці, недосконалість системи підбору та найму працівників, відсутність визначених стандартів під час відбору.

Ринок праці є фундаментом для формування стійкого економічного розвитку, та наразі в Україні існує низка проблем, яка не дає повноцінно йому функціонувати, таких як:

- тіньовий бізнес та нелегальний ринок;
- обмеженість кар'єрного зросту;
- безробіття молоді.

II. Кадрова політика – це система роботи з персоналом, що об'єднує різні форми діяльності й має на меті створення згуртованого і відповідального високопродуктивного колективу для реалізації можливостей підприємства, адекватно реагувати на зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищах[6].

Великою перешкодою є небажання управлінського персоналу розглядати стратегічні цілі, впроваджувати більш сучасні технології, запускати нові лінії виробництва тощо, через те, що дохід прагнуть мати «тут і зараз».

III. Керівник, перш за все, повинен бути ознайомленим з принципами роботи усіх рівнів виробництва, щоб розуміти скільки чоловік та які функції вони повинні виконувати для ефективної роботи.

На підприємствах також існує проблема відсутності мотивації працівників (премії, оплата проїзду, оплата курсів підвищення кваліфікації тощо), так як зацікавленість працівників буде відображатись в якості їхньої роботи, що в свою чергу вплине на продуктивність та конкурентоспроможність усього підприємства.

IV. Четвертий, але не менш важливий фактор – рівень заробітної плати українців, бо вона виступає винагородою за виконану роботу та служить в залежності від її розміру стимулом до продуктивності.

V. Одним із важливих чинників, які негативно впливають на працездатність кадрів виступають некомфортні умови праці, такі як:

- місцезнаходження робочого місця та витрачання часу на дорогу;
- престижність роботи (наприклад, неприйнятно працювати технічним персоналом чи у сфері обслуговування, маючи вищу освіту в певній галузі);
- атмосфера в колективі;
- безпосередньо умови праці.

VI. Внаслідок складної економічної кризи та події, що сталася в 2014 році в Україні відбувся значний «відплив умів» за кордон. Суспільство залежить від рівня своїх доходів, тому перебуває в постійному пошуку додаткової роботи та, як наслідок, мігрує в пошуках більших можливостей та перспектив. У свою чергу, заборгованість і нестабільність по виплаті зарплати досить погіршує якість роботи та відносини роботодавця з працівником.

В результаті всіх наведених вище чинників у сукупності спричинили тенденцію до скорочення працівників, починаючи з 2006 року (11433 тис. працівників) ситуація погіршувалася з кожним роком і станом на 1 січня 2018 року кількість працюючих становить 7661 тис. осіб, що на 3772 тис. осіб менше ніж у 2005 році (11388 тис. осіб), тобто за 11 років показник знизився на 32,99%.

Отже, проблема відсутності належної кадрової політики досить актуальна, вирішення якої передбачає розробку нових принципів, методів, технологій та удосконаленого механізму кадрової політики.

**Список використаних джерел:**

1. Яковенко О. М. Кадровий потенціал: стан та проблеми розвитку / Яковенко О. М. // Вісник УАДУ. – 2008. – № 2. – С. 113–124.
2. Шишкін В. О. Проблема плинності кадрів на підприємстві та шляхи її вирішення / В. О. Шишкін, Н. В. Лозова // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 12. – С. 47–48. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd\\_2009\\_12\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2009_12_13)
3. Борщ В. І. Формування і реалізація кадрової політики на підприємствах України / В. І. Борщ, В. В. Белякова // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2017. – Т. 16, вип. 3. – С. 175–187. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
4. Дарміць Р. З. Кадрове забезпечення діяльності підприємства в умовах розвитку міжнародної конкурентоспроможності / Р. З. Дарміць, Г. П. Горішна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 778. – С. 26–34. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM\\_2013\\_778\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_778_6)
5. Основні показники ринку праці [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/rp/ean/ean\\_u/osp\\_rik\\_u.xls](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/rp/ean/ean_u/osp_rik_u.xls)
6. Дикань В.В. Формування кадрової політики як запоруки ефективної економічної безпеки підприємства / В. В. Дикань, М. В. Гладух // Соціальна економіка. – 2017. – № 2. – С. 88–92. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/se\\_2017\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2017_2_15)

**Зайченко Ю. М.**, студентка  
**Науковий керівник: Волчек Р.М.**,  
к.е.н., доцент  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

### **ОБЛІК БЕЗНАДІЙНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ**

На цей час ринкові відносини вимагають перегляду системи бухгалтерського обліку, одним із центральних елементів якої є облік взаєморозрахунків суб'єктів господарювання. Вважаємо, що на сьогодні одним з найбільш складних і суперечливих питань українського обліку є облік дебіторської заборгованості, що пов'язано з існуванням проблеми неплатежів. Суб'єкти господарювання на перший план висувують вирішення власних проблем, замість виконання фінансових зобов'язань по платежах перед партнерами. Відсутність майнової відповідальності за невиконання власних договірних зобов'язань дає їм змогу ухилятися від взаєморозрахунків з партнерами. Вирішення вищенаведеної складної проблеми багато в чому залежить від вдосконалення бухгалтерського обліку взаєморозрахунків [1, с.173].

Сьогодні дуже поширеним є явище безнадійної дебіторської заборгованості. Згідно до П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» безнадійною є поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позовної давності. Таким чином, слід пам'ятати, що лише поточна дебіторська заборгованість може стати безнадійною. Так, впевненість в неповерненні боргу може ґрунтуватися на фактах, які свідчать,



що борг не буде погашено, наприклад, з таких причин, як ліквідація боржника (в тому числі через банкрутство); прощення боргу (ст. 605 Цивільного кодексу); відхилення судом позову про стягнення заборгованості з боржника тощо [2]. Згідно до Цивільного кодексу позовна давність у загальному випадку становить три роки, але може бути встановлена спеціальна позовна давність строком один рік чи для окремих видів вимог і більше трьох років.

Позовна давність відраховується:

- з наступного дня після закінчення терміну виконання зобов'язань – якщо строк виконання зобов'язання визначено договором;
- з восьмого дня після дня пред'явлення вимоги – якщо цей термін не визначено [2].

Особливості обліку безнадійної заборгованості залежать від того чи виявлена вона за результатами інвентаризації чи ні:

1) якщо безнадійну дебіторську заборгованість виявляють за результатами інвентаризації, то в акті інвентаризації зазначають суми безнадійних боргів і заборгованостей, за якими минув термін позовної давності. Згідно до Положення № 879 [3] до акта інвентаризації розрахунків додають довідку про безнадійну заборгованість, в якій зазначають найменування та місцезнаходження дебіторів, суми, причини, дати і підстави виникнення заборгованості. Висновки інвентаризаційної комісії відображаються у протоколі, який затверджує керівник підприємства.

2) якщо заборгованість списують не за результатами інвентаризації, потрібно оформити наказ (розпорядження) керівника підприємства на її списання.

П(С)БО 10 [4] встановлює певну методику дій для правильного списання безнадійної дебіторської заборгованості та відображення цього в системі бухгалтерського обліку. Так, складають такі бухгалтерські проводки:

1. Дт 38 «Резерв сумнівних боргів»

Кт 36 «Розрахунки з покупцями і замовниками» – дебіторська заборгованість виключається зі складу активів підприємства та одночасно зменшується резерв сумнівних боргів;

2. Дт 944 «Сумнівні та безнадійні борги»

Кт 36 «Розрахунки з покупцями і замовниками» – у разі недостатності суми нарахованого резерву сумнівних боргів безнадійна грошова дебіторська заборгованість списується зі складу активів на інші операційні витрати;

3. Дт 944 «Сумнівні та безнадійні борги»

Кт 37 «Розрахунки з різними дебіторами» – поточна дебіторська заборгованість, щодо якої не передбачено створення резерву сумнівних боргів, у разі визнання її безнадійною списується з балансу з відображенням у складі інших операційних витрат.

4. Сума списаної дебіторської заборгованості обліковується за балансом на рахунку 071 «Списана дебіторська заборгованість» не менше трьох років з дати списання.

Згідно з П(С)БО 10 створення резерву сумнівних боргів є обов'язковим.

З метою обліку безнадійної дебіторської заборгованості для цілей оподаткування податком на прибуток ПКУ передбачено окремі статті та підрозділи. Так, ст. 14 ПКУ [5] передбачено перелік критеріїв віднесення дебіторської заборгованості до безнадійної, серед яких основними є заборгованість за зобов'язаннями, за якими минув строк позовної давності; заборгованість суб'єктів господарювання, визнаних банкрутами або припинених як юридичної особи у зв'язку з їх ліквідацією; заборгованість, стягнення якої стало неможливим у зв'язку з дією форс-мажорних обставин, підтверджених у законодавчому порядку, тощо.

Таким чином, основними заходами щодо зменшення обсягів безнадійної заборгованості є контроль за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості; контроль за станом розрахунків за простроченими заборгованостями; створення резерву сумнівних боргів; виявлення простроченої дебіторської заборгованості покупців понад три місяці тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Москалюк Г. О. Облік дебіторської заборгованості: навчальний посібник // Фінансовий облік-1 / за ред. В. Ф. Максимової. – Одеса: ОНЕУ, 2015. – С. 172-232.
2. Лисиця Т. Безнадійна заборгованість // Вісник. – 2018. – № 9 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ru/publication/100010780-beznadiyna-zaborgovanist-2>.
3. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань: Наказ МФУ № 879 від 02.09.2014.
4. П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість»: Наказ МФУ № 237 від 08.10.99.
5. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010.

**Звіринська І. О.**, студентка  
**Медвінська Д. В.**, студентка  
**Науковий керівник: Пісоченко Т. С.**,  
к.е.н., асистент  
кафедри обліку і оподаткування  
Миколаївського національного аграрного  
університету, м. Миколаїв, Україна

## **ПОРЯДОК ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ РЕІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ**

Реімпорт - це митний режим, відповідно до якого товари, що були вивезені або оформлені для вивезення за межі митної території України, випускаються у вільний обіг на митній території України зі звільненням від сплати митних платежів, встановлених законами України на імпорт цих товарів, та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності [1].

Відповідно до Митного кодексу України ст.. 78 передбачено, що митний режим реімпорту може бути застосований до товарів, що надходять на митну територію України, та до товарів, що зберігаються під митним контролем або поміщені в інший митний режим.

У митний режим реімпорту можуть бути поміщені такі товари:

1) що були вивезені за межі митної території України у митному режимі тимчасового вивезення та ввозяться на цю територію до завершення строку дії даного митного режиму у тому самому стані, в якому вони були вивезені, крім природних змін їх якісних або кількісних характеристик за нормальних умов транспортування та зберігання;

2) що були вивезені за межі митної території України у митному режимі переробки за межами митної території та ввозяться на цю територію до завершення строку дії цього митного режиму у тому самому стані, в якому вони були вивезені, крім природних змін їх якісних або кількісних характеристик за нормальних умов транспортування та зберігання;

3) що були поміщені у митний режим експорту і повертаються особі, яка їх експортувала, у зв'язку з невиконанням умов зовнішньоекономічного договору, якщо ці товари:

- повертаються на митну територію України у строк, що не перевищує шести місяців з дати вивезення їх за межі цієї території у митному режимі експорту;

- перебувають у такому самому стані, в якому вони оформлені у митний режим експорту, крім природних змін їх якісних або кількісних характеристик за нормальних умов транспортування, зберігання та використання (експлуатації), внаслідок якого були виявлені недоліки, що спричинили реімпорт товарів [1].

В бухгалтерському обліку дохід від реалізації товарів визнавався на дату переходу права власності на товар від продавця до покупця-нерезидента згідно з умовами зовнішньоекономічного договору. Факт виявлення неякісного товару підтверджується документально.

Вартість повернутих покупцем-нерезидентом товарів відображають за дебетом субрахунку 704 «Вирахування з доходу» з кредитом 685 «Розрахунки з іншими кредиторами» (або 362 «Розрахунки з іноземними покупцями»). За кредитом субрахунку 704 відображається списання дебетових оборотів на рахунок 79 «Фінансові результати».

У звітному періоді повернення відображають за допомогою методу «сторно», не лише визнані раніше доходи, а й витрати щодо бракованого товару. Товари, повернені від покупця-нерезидента відображаються на дебеті субрахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів» з кредитом 281 «Товари на складі» (методом «сторно»). Якщо продавець товару, який повертає товар у режимі реімпорту, є платником податку на прибуток, корегування здійснюються за правилами ведення бухгалтерського обліку [2].

#### **Список використаних джерел**

1. Митний кодекс України [Електронний ресурс] : кодекс від 01.06.2012 – Режим доступу : <https://pravo.uteka.ua/doc/mitnij-kodeks-Ukraini/Rozdil-V-MITNI-REZHIMI>
2. Реімпорт товару: облік та оподаткування [Електронний ресурс] / О. Водоп'янова // Електронний журнал «ДЕБЕТ-КРЕДИТ: бухгалтерські новини». – Режим доступу : <https://news.dtkr.ua/taxation/pdv/57725>

**Іщук Б. М.**, студентка

**Науковий керівник: Волчек Р.М.**,

к.е.н., доцент Одеський національний

економічний університет, м. Одеса, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ РЕФОРМУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПДВ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Шлях із винайдення ефективної системи оподаткування ПДВ розпочався із моменту набуття Україною незалежності та триває й на цей час. Його реалізація здійснюється методом проб та помилок на шляху численного радикального реформування системи. При побудові моделі ПДВ використовувався досвід країн, які успішно впровадили цей податок, однак, застосувавши досвід країн із впровадження ПДВ, поряд із перевагами зазначеної системи оподаткування, до податкової системи України перейшли й чисельні вади цього податку. Частково це викликано складним механізмом адміністрування ПДВ, іншою мірою – численними змінами у законодавстві із справляння ПДВ. Тому актуальним є постійний аналіз та моніторинг тенденцій та нововведень країн Європейського Союзу (далі – ЄС) у реформуванні системи ПДВ для винайдення можливостей запобігання незаконному уникненню сплати податків до бюджету.

Останні зміни у системі реформування ПДВ обумовлено вектором руху економіки України у русі євроінтеграції, що обумовило вивчення та впровадження досвіду податкового адміністрування податку країн-членів ЄС. У вересні 2014 року Україна ратифікувала Угоду про асоціацію між Україною та ЄС, відповідно до якої всі органи державної влади повинні забезпечувати ефективне виконання міжнародно-правових зобов'язань. Основним та центральним елементом Угоди є приведення законодавства України до права ЄС. Застосування ПДВ – є головною умовою інтеграції до ЄС.

З початку заснування ЄС у 1957 році (підписання Римського договору про створення Європейського Економічного Співтовариства (далі в тексті ЄЕС) було обрано напрям гармонізації податків з обігу в державах-членах співтовариства. Після підписання угоди країнами-учасниками ЄС надалі була прийнята низка директив щодо гармонізації законодавств держав-членів з регулювання непрямих податків. Повну уніфікацію принципів нарахування ПДВ у всіх країнах-учасниках затвердила шоста директива у 1977 р. 77/388/ЄЕС «Про гармонізацію законодавств держав-членів у сфері податків з обігу – спільна система податку на додану вартість: єдині умови обчислення».

Україна також вносить зміни до податкової системи залучаючи прогресивний досвід закордонних країн, в тому числі країн-членів ЄС. Наприклад, можна провести паралель між національним законодавством та регламентом № 904/2010 ЄС, який реалізував можливість отримання інформації для кожного зацікавленого суб'єкта щодо ідентифікаційного номеру платника ПДВ, імені та адреси будь-якої конкретної особи в електронній формі для будь-якого підприємця з метою перевірки їх партнерів або контрагентів. Аналогічний механізм із отриманням доступу щодо публічної інформації суб'єктів підприємницької діяльності наразі реалізований в Україні та успішно працює.

Так, на вимогу ст. 11 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» створена автоматизована інформаційна система «Єдиний державний реєстр онлайн». Відповідно до п. 2 постанови Кабінету Міністрів України від 21 жовтня 2015 року № 835 «Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних» та на виконання наказу Міністерства юстиції України від 28 березня 2016 року № 897/5 «Про затвердження Переліку інформації, що підлягає оприлюдненню у формі відкритих даних, розпорядником якої є Міністерство юстиції України», з 18.04.2016 оприлюднено відкриті дані Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань на Єдиному державному веб-порталі відкритих даних [usr.minjust.gov.ua](http://usr.minjust.gov.ua). Наразі оприлюднена інформація оновлюється щотижнево та передбачає можливість отримання безкоштовного запиту; або ж отримання платного електронного витягу. У відповідності із Наказом ДПА України від 11.02.11 р. № 85 "Про запровадження електронного сервісу для платників податків – юридичних осіб" у режимі реального часу функціонує електронний сервіс із отримання інформації щодо індивідуального податкового номеру платника податків на Web - сторінці ДФС.

Україна підписала «Угоду про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» з ЄС у червні 2014 р., яка вимагає наближення державного законодавства до ряду нормативних актів ЄС у сфері непрямого оподаткування ПДВ. Так, згідно ст. 351 Угоди про асоціацію «сторони також посилюють і зміцнюють співробітництво, спрямоване на вдосконалення і розвиток податкової системи та податкових органів України, зокрема, посилення потужностей збору і контролю, з окремим наголосом на процедурах відшкодування ПДВ для уникнення накопичення заборгованості. Сторони намагаються покращувати співробітництво та обмін досвідом у боротьбі з податковим шахрайством, зокрема з «карусельним шахрайством» [**Error! Reference source not found.**].

У відповідності до тексту Угоди про асоціацію:

1. Сторони угоди виказують бажання «просувати процес реформ та адаптації законодавства в Україні, що сприятиме поступовій економічній інтеграції і поглибленню політичної асоціації»;

2. Передбачають, що «поглиблена і всеохоплююча зона вільної торгівлі, пов'язана з процесом широкомасштабної адаптації законодавства, буде сприяти подальшій економічній інтеграції до внутрішнього ринку ЄС, як це передбачено цією Угодою» (преамбула угоди);

3. Україна зобов'язана «імплементувати відповідні положення *acquis* ЄС до свого законодавства» та «здійснити необхідні адміністративні та інституційні реформи, необхідні для виконання цієї Угоди» (п. 2 ст. 56 Угоди);

4. «Сторони визнають важливість адаптації чинного законодавства України до законодавства Європейського Союзу. Україна забезпечує, щоб існуючі закони

та майбутнє законодавство поступово досягли сумісності з *acquis* ЄС» (п. 1 ст. 114 Угоди) [**Error! Reference source not found.**].

Угодою про асоціацію з ЄС була встановлено наступні строки із приведення законодавства України до норм директив:

1. «Директива Ради ЄС № 2006/112/ЄС про спільну систему податку на додану вартість» від 28.11.2006 р. – п'ять років на впровадження за винятком ряду статей директиви.

2. «Директива Ради № 92/83/ЄЕС щодо гармонізації структур акцизних зборів на спирт та алкогольні напої» від 19.10.1992 року та «Директива Ради 92/84/ЄЕС про наближення акцизних зборів на спирт та алкогольні напої» - більшість норм директив повинні бути імплементовані протягом п'яти років з дати набрання чинності Угоди про асоціацію.

3. «Директива Ради № 2011/64/ЄС про структуру та ставки акцизного збору на тютюнові вироби» від 21 червня 2011 року – норми повинні бути реалізовані протягом двох років після набуття чинності Угоди, за винятком статей 7(2), 8, 9, 10, 11, 12, 14(1), 14(2), 14(4), 18 та 19, для яких графік імплементатії повинен бути встановлений Радою асоціації та має визначатись Радою асоціації.

4. «Директива Ради № 2008/118/ЄС стосовно загальних умов акцизного збору» від 16 грудня 2008 року - має бути імплементована через два роки після набрання чинності Угоди про асоціацію.

5. «Директива Ради ЄС № 86/560/ЄЕС про гармонізацію законодавства держав-членів про податки з обороту» від 17.11.1986 року – строки встановлюються графіком імплементатії, який затверджується Радою асоціації [1, с. 31-32].

Перелічений список реформ законодавства України на шляху євроінтеграції до законодавства ЄС не є сталим, що пояснюється недосконалістю діючої в Україні системи функціонування ПДВ з одного боку, та імовірними змінами у самому законодавстві ЄС. А отже, існує велика ймовірність, що переформатувавши всю систему оподаткування під вимоги директив ЄС, доведеться знов реформувати систему під нові зміни в законодавстві співдружності. Наразі ж двадцятий саміт «Україна – ЄС», який проходив 9 липня 2017 р. в Брюсселі показав, що очільники інституцій ЄС поки не готові до нових форматів європейської інтеграції України поза Угодою про асоціацію, однак готові до поглибленої співпраці в існуючих форматах. Отже, курс на поглиблення інтеграції в ключових моментах висувається найбільш оптимальною стратегією для України впродовж найближчих років.

#### *Список використаних джерел:*

1. Імплементатія Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: торговельна та бюджетно-податкова сфери: Матеріали міжнародної конференції «Угода про асоціацію: економічні тригери», 2015. Київ: Міжнародний центр перспективних досліджень, 2015 р. 43 с.

2. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 №755-IV: зі змінами і доповненнями від 31.01.2019 2673-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.

3. Про запровадження електронного сервісу для платників податків - юридичних осіб: Наказ ДПА України від 11.02.2011 р. № 85. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0085837-11>.

**Каблуча Ю.С., Вицина С.О.,** студенти  
обліково-фінансового факультету МНАУ  
**Науковий керівник: Баришевська І.В.,**

канд. екон. наук, доцент  
Миколаївський національний аграрний  
університет, м. Миколаїв, Україна

## **СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ**

Упродовж останніх років на національному ринку праці для регулювання трудових відносин як одна з форм винагороди за працю все більш активно використовується соціальний пакет. Питання підвищення заробітної плати є найактуальнішими саме для пострадянських держав, і зокрема для України, в період виходу з економічної кризи та формування інститутів ринкового типу.

Особливістю сучасного соціального пакета є його «гнучкість». Його склад залежить від цілей та стратегії компанії, розміру та її фінансових можливостей, ситуації на ринку праці тощо. Різниця соціальних пакетів для різних категорій співробітників обумовлена не тільки їх більшою чи меншою значимістю для підприємства. Адже потреби працівників неоднакові і залежать від посади, специфіки виконуваної роботи, віку, освіти і т. д.

Проблеми організації та удосконалення системи оплати праці та матеріального стимулювання, а також теоретичні та практичні аспекти застосування соціального пакету в регулюванні трудових відносин між роботодавцями і працівниками досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як М. Білуха, М. М Петрушенко, І. Новак, Н. Болотіна, Ф. Бутинець, Дж. Данлоп, А. Колот, К. Мікульський, Р. Рішар, У. Тейлор та інші.

Щодо визначень терміну «соціальний пакет», то на сучасному етапі їх існує безліч. Вчені та дослідники не дотримувалися єдиного поняття. У науковій літературі соціальний пакет детермінують як різного роду фінансові, матеріальні та нематеріальні блага, які працівник може отримати від підприємства для підвищення рівня життя [1]. Його також можна визначити як надання працедавцем працівнику благ у вигляді пільг, компенсацій, привілеїв і соціальних гарантій понад розмір його основної заробітної плати [2]. Під соціальним пакетом також розуміють пряме або побічне, відкрите чи закрите заохочення, яке доповнює, перекриває або компенсує ті виплати, що традиційно виплачувались у формі заробітної плати [3].

Виходячи з наведених визначень соціального пакету можна зазначити, що соціальний пакет це – сукупність фінансових, матеріальних та нематеріальних благ, які підвищують рівень життя і надаються підприємством працівнику понад розмір основної заробітної плати з метою заохочення до трудової діяльності.

Як правило, у соціальному пакеті виділяють три складові, а саме:

— обов'язковий соціальний пакет — заходи, що передбачені трудовим законодавством — загальнообов'язкове державне соціальне страхування; виплата працівнику належної заробітної плати, щорічна оплачувана відпустка, оплата

листоків тимчасової непрацездатності, відрахування в соціальні фонди, обов'язкове медичне страхування тощо;

— конкурентний соціальний пакет — те, що роботодавець додає до зарплати співробітника за власним бажанням — пільгове чи безкоштовне харчування, добровільне медичне страхування, оплата спортивних заходів, надання корпоративного автомобіля, пільгові путівки;

— компенсаційний соціальний пакет — це повернення працівнику особистих витрат, які він затрачає в процесі виконання своїх трудових обов'язків - оплата мобільного зв'язку, компенсація бензину й амортизації при використанні особистого автомобіля, часткове чи повне повернення витрат на навчання [4].

Запровадження соціального пакета здійснюється через механізм договірної регулювання праці. Перелік матеріальних благ, що входять до соціального пакета, порядок та умови надання їх працівнику можуть бути передбачені безпосередньо в трудовому договорі (якщо він укладається в письмовій формі), а також у колективному договорі та відповідних локальних нормативних актах організації (наприклад, в положенні підприємства про надання соціального пакету).

Зміст соціального пакета може містити безліч послуг, пільг та компенсації. Розумно складений соціальний пакет є невід'ємною частиною корпоративного іміджу, що при цьому поліпшує ставлення до роботодавця і певною мірою, допомагає створити колектив, здатний ефективно вирішувати поставлені перед ним завдання.

Виходячи з вищезазначеного, можна визначити основні особливості, які відображають сутність соціального пакету:

- складовими соціального пакета є блага;
- блага можуть фінансовими, матеріальними та нематеріальними;
- вони не входять до складу основної заробітної плати;
- соціальний пакет виконує функцію заохочення до трудової діяльності;
- блага, що входять до складу соціального пакету, підвищують рівень життя працівників [5].

Сьогодні стандартний соціальний пакет в Україні включає в себе лише страховку, позики на придбання нерухомості, різноманітні форми пенсійних вкладів та оплату лікарняних аркушів.

Отже, усі послуги та блага передбачені соціальним пакетом підприємства розроблені для стимулювання працівників. Нажаль, чинне законодавство України не передбачає обов'язкового запровадження соцпакета, але дає право підприємствам запроваджувати додаткові соціальні гарантії.

Використання роботодавцем соціального пакета сприяє формуванню українського конкурентного ринку праці, створенню та розвитку засад корпоративної культури у суспільстві, підвищенню конкурентоспроможності національної робочої сили.

#### *Список використаних джерел:*

1. Гоголя О.П., Кудінова І. П. Соціальна відповідальність бізнесу: Навчальний посібник - К.: Видавництво Національного університету біоресурсів і природокористування України. 2008.- 15 с.



2. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці // Україна: аспекти праці. – 2008. №2. – С. 6-12
3. Колот А. М. Методологічні аспекти розвитку теорії розподільчих відносин / А. М. Колот // Економічна теорія: Науковий журнал. – 2008. №4. – С. 3-19.
4. Шоляк О.Ю. Розвиток соціально/трудова відно/ син: економічний, правовий та обліковий підходи // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2010. — № 30. — С. 273—280.
5. Карачина Н. П. Соціальний пакет як метод підвищення мотивації до трудової діяльності працівників підприємств / Н. П. Карачина, В. С. Зайкова. // Вінницький національний технічний університет. – 2013. – №71. – С. 175.

**Костів Р.І.,** магістрант  
**Науковий керівник: Христенко Г.М.,**  
к.е.н., доцент  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Україна

## **СУТНІСТЬ ТА ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОЇ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

Впродовж останнього десятиліття як в світі, так і в Україні значної актуальності набуває проблема екологічної якості продукції та безпечності довкілля. Сучасні економічні умови господарювання висувають нові вимоги до технології виробництва сільськогосподарської продукції та її якості. Якість і екологічна безпечність аграрної продукції в умовах глобальних змін є визначальними факторами її конкурентоспроможності. Необхідною умовою екологізації сільськогосподарського виробництва, забезпечення покращення здоров'я нації завдяки більш якісним продуктам харчування є розвиток системи органічного землеробства та перехід аграрних підприємств на органічні стандарти.

Культура органічного сільського господарства забезпечує збереження та відтворення навколишнього природного середовища і його біорізноманіття, збалансований стан екосистеми, що є запорукою сталого соціально-економічного та екологічного розвитку.

Діюча система бухгалтерського обліку не забезпечує достатнього системного відображення впливу суб'єктів господарювання на довкілля та здоров'я людей.

Недостатній рівень якості продукції призводить до негативних економічних, соціальних та екологічних наслідків (рис. 1).

В сучасних умовах господарювання проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя населення, забезпечення економічної, соціальної й екологічної безпеки. У науковій літературі [2] зазначено, що поняття «екологічна якість» характеризується шістьма основними аспектами: соціальним, технічним, правовим, економічним, естетичним та екологічним. Основним з яких є екологічний аспект, який передбачає відсутність негативного впливу на здоров'я споживачів та навколишнє середовище.

Таким чином, на рівень екологічної якості продукції впливає ряд чинників, які можна об'єднати у групи: технічні, організаційні, економічні, соціальні, екологічні, естетичні та правові.

Проведений аналіз наукової літератури дозволяє стверджувати, що в Україні відсутні будь-які рекомендації щодо складу та облікового відображення екологічної якості продукції, витрат на забезпечення екологічної якості продукції. Недостатні дослідження як вітчизняними, так і зарубіжними вченими в даній сфері обліку призводять до ускладнення, а іноді й неможливості отримання інформації про витрати на забезпечення екологічної якості для прийняття рішень управлінським персоналом, подальшого розвитку підприємства та виробництва екологічно якісної продукції [1, 2].

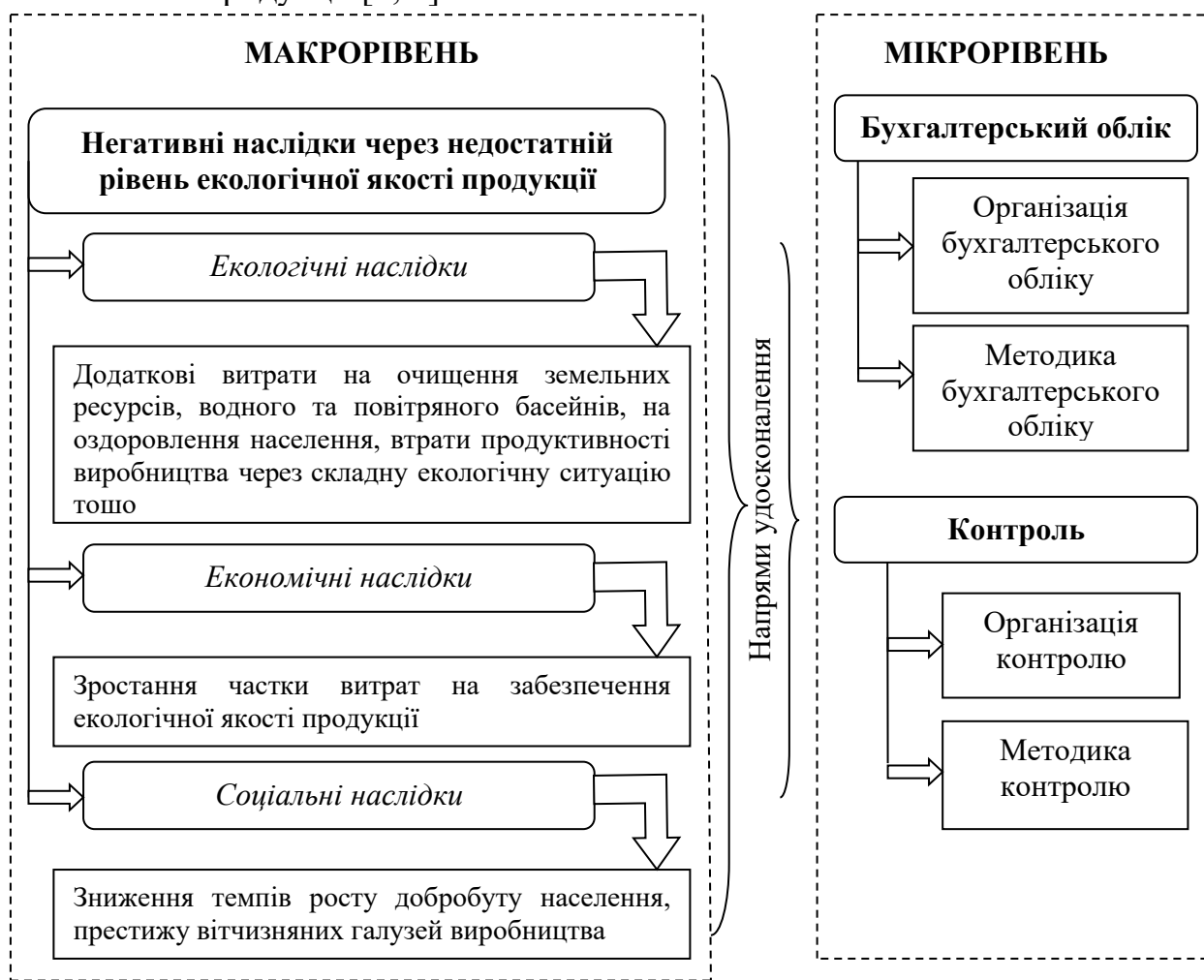


Рис.1. Передумови трансформації системи бухгалтерського обліку. Побудовано на основі [2].

Отже, підвищення екологічної якості продукції забезпечить ефективність функціонування підприємства та його конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішніх ринках. В умовах інтеграційних процесів виокремлення обліку екологічної якості продукції в окрему економічну категорію є вагомим кроком. Відображення в бухгалтерському обліку підприємства операцій, пов'язаних з його екологічною діяльністю, дозволить формувати інформацію про екологічне

управління підприємством і оприлюднювати її з метою інформування громадськості про результати такої діяльності, що є одним з факторів формування ділового іміджу та сприяє зміцненню економічної безпеки.

**Список використаних джерел:**

1. Поліщук О.Т. Сутність та деякі облікові аспекти витрат на якість продукції. *Проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 226-231.
2. Сироїд Н.П. Екологічна якість продукції: обліковий підхід в умовах стійкого розвитку. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: міжнародний збірник наукових праць*. 2016. Вип.2-3 (35). С. 356-377.
3. Ткачук Л. М., Калугаряну Т. К. Якість продукції: методологічні та прикладні аспекти. *Ефективна економіка*. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2018>.

**Королюк Т.М.**, к.е.н., доцент  
Тернопільський національний технічний  
університет ім. І. Пулюя, м. Тернопіль, Україна

### **НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ СИСТЕМИ ОБЛІКУ**

Питання напрямів управління ризиками системи обліку досліджувалися як вітчизняними, так і зарубіжними вченими. Так, Гнилицька Л. зазначає, що одним з таких заходів є розробка методики управління ризиками на основі комбінування експертних оцінок та аналізу чутливості прибутку підприємства до факторів ризику. Доцільність використання даної методики автор обґрунтовує усуненням суб'єктивізму при оцінці ступеня впливу ризику на показники діяльності підприємства та можливістю визначати пріоритетність заходів щодо мінімізації найбільш суттєвих ризиків в умовах обмежених корпоративних ресурсів, якими володіє підприємство [1, с. 42]. Запропонована методика управління ризиками складається з трьох етапів. Перший етап полягає у виявленні ризиків, властивих окремим функціям діяльності підприємства, на основі експертних оцінок та їх ранжування за критерієм ймовірності настання. Далі на другому етапі необхідно здійснити оцінку впливу виявлених факторів ризику на прибуток підприємства, використовуючи при цьому методики аналізу чутливості й аналізу беззбитковості. На основі цього визначається ранг ризику за критерієм суттєвості збитку, спричиненого його дією. І на заключному, третьому етапі, здійснюється визначення загального рангу ризику як суми рангів, що отримані на двох попередніх етапах. Дана методика пройшла апробацію на одному з приладобудівних підприємств – членів УСПП.

Атамас П. Й., Атамас О. П., Крамаренко Г. О. виділяють два основні типи стратегій нейтралізації ризиків в процесі формування моделі управління ризиками підприємства та забезпечення ефективності його діяльності – активний і пасивний. Активна стратегія передбачає здійснення ризикових ситуацій із використанням методів запобігання їх негативним наслідкам від впливу неочікуваних подій чи явищ, а саме: комерційне страхування та самострахування ризиків, їх диверсифікація та хеджування. В той час як пасивна стратегія являє

собою повну або часткову відмову від здійснення ризикових операцій навіть при можливості отримання позитивних наслідків [2, с. 62].

Вигівська І. М. наводить три управлінські заходи з прийняття керівництвом підприємства підприємницьких ризиків. Перший захід полягає у відмові від певної діяльності, тобто здійснення ризикованих операцій і отримання можливих доходів. Це обумовлює проблему вибору альтернативної господарської діяльності. В якості другого варіанту виступає повна згода керівництва підприємства на здійснення ризикових операцій і без заходів застереження здійснити відповідні записи в бухгалтерському обліку про реалізацію господарської операції. І третім варіантом є створення суб'єктом господарювання резервів/фондів ризику за рахунок витрат або прибутку або здійснити зовнішнє страхування господарської операції сторонньою організацією [3].

Усатова Л. В., Семикіна Л. Н., Арська Є. В. виділяють систему управління ризиками як невід'ємну складову обліково-аналітичної системи для забезпечення економічної безпеки підприємства. Для цього необхідно виявити фактори (зовнішні і внутрішні) функціонування підприємства і впливу на величину ризику, згрупувати їх залежно від ступеня впливу на безпеку підприємства та розробити методи оцінки величини кожного виду бухгалтерського ризику, а також можливих наслідків його прояву. І залежно від того, наскільки повно будуть виявлені ризики, тим точніше може бути оцінена майбутня ситуація та ефективніше можуть бути обрані методи управління ризиком. Процес управління бухгалтерськими ризиками з метою забезпечення економічної безпеки підприємства автори представляють наступними етапами: попередній аналіз ризиків; аналіз ризиків в процесі функціонування інформаційної служби; розробка управлінського рішення; розробка коригуючого рішення [4, с. 31]. Крім того, науковці зазначають, що для забезпечення безперервності діяльності господарюючого суб'єкта необхідно регламентувати облікові процедури для ідентифікації ризиків та виявлення їх наслідків. Зовнішні зацікавлені користувачі повинні бути проінформовані про ті господарські ризики, які в майбутньому можуть з великим ступенем ймовірності вплинути на ринкову вартість господарюючого суб'єкта. Відповідно інформація про господарські ризики формується та подається наступними основними способами: 1) подання до бухгалтерської звітності даних про господарські ризики підприємства в несистематизованому вигляді; 2) подання до бухгалтерської звітності даних про ризики і про наслідки їх дій в несистематизованому вигляді; 3) відображення на рахунках бухгалтерського обліку наслідків дії господарських ризиків і відповідне розкриття цієї інформації в звітності [4, с. 32]. Розкриття інформації про ризики, їх наслідки в обліку та звітності підтверджує цілеспрямовану роботу менеджменту з виявлення ризиків та усунення їх наслідків, що підвищує інформаційну прозорість діяльності підприємства та створює передумови для зацікавленості зовнішніх користувачів у співпраці з підприємством.

Постійні та динамічні зміни у середовищі функціонування суб'єктів господарювання зумовлюють ризикові ситуації в їх діяльності. Постійний контроль та своєчасний вплив на усунення їх наслідків – важливе завдання

сучасного менеджменту підприємств, яке забезпечується даними бухгалтерського обліку. Ефективність управління ризиками залежить від обраних підходів розкриття інформації в системі обліку.

**Список використаних джерел:**

1. Гнилицька Л. Використання обліково-аналітичних технологій при розробці методики управління підприємницькими ризиками в системі економічної безпеки підприємства. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2012. № 3. С. 41–47.
2. Атамас П. Й., Атамас О. П., Крамаренко Г. О. Роль бухгалтерського обліку в управлінні ризиками підприємництва. *Академічний огляд*. 2016. № 1. С. 60–69.
3. Вигівська І. М. Місце бухгалтерського обліку в управлінні підприємницькими ризиками. *Moderni vuzoznosti vedy – 2009 : Materialy V mezinarodni vedecko-prakticka conference*. *Ekonomicke vedy*. Dil 2. Praga, 2009. P. 92–94.
4. Усатова Л. В., Семькина Л. Н., Арская Е. В. Управление рисками учетно-аналитической системы затрат в целях достижения непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта. *ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия*. 2012. № 10(60). С. 27–37.

**Кухарчук І.О., Петрук Т.А., студентки**  
**Науковий керівник: Нежива М.О., канд.**  
екон. наук, доцент Київський національний  
торговельно-економічний університет,  
м. Київ, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Найголовнішою умовою функціонування і розвитку підприємництва в економіці будь якої країни є фінансова безпека підприємства. Це спричинено конкуренцією на зовнішньому та внутрішньому ринках. Функція безпеки є невід'ємною з огляду на забезпечення життєздатності кожного суб'єкта господарювання, що об'єктивно обумовлює потребу в її включенні до планової роботи, особливо за умов політичної та економічної нестабільності України в теперішній час.

Фінансова безпека як складова і сама система економічної безпеки суб'єктів господарювання потребує постійного контролю, ефективного управління та вдосконалення, задоволення потреб яких аудит зможе забезпечити.

Аудит як форма контролю являє собою перевірку даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її вірогідність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів [1].

В процесі забезпечення фінансової безпеки підприємства аудит використовується, як правило, для здійснення контрольних функцій. Найкращим підходом до здійснення аудиторських перевірок є забезпечення незалежності фахівців-аудиторів або експертів, тобто проведення таких перевірок незалежною консалтинговою або аудиторською фірмою. Це забезпечує об'єктивність

результатів аудиту стосовно стану фінансової безпеки. Крім того, незалежність такого контролю дозволяє підприємству вчасно вживати попереджувальних заходів щодо виправлення виявлених недоліків в забезпеченні належного стану фінансової безпеки, уникати штрафних санкцій з боку податкових та інших державних контролюючих органів або своїх контрагентів. Більш детально засади застосування цього методу до забезпечення фінансової безпеки буде розглянуто нижче [2].

Аудит фінансової безпеки підприємства є спеціалізованим видом аудиту, який має базуватися на загальному його визначенні. Під аудитом фінансової безпеки підприємства слід розуміти комплексну, систематичну, незалежну і періодичну перевірку стану зовнішнього і внутрішнього фінансового середовища, правильності визначення і реалізації фінансових інтересів, цілей, стратегії забезпечення фінансової безпеки по підприємству в цілому і по її окремих функціональних складових. Метою аудиту фінансової безпеки підприємства є оцінка правильності та своєчасності визначення загроз фінансовій безпеці, наявних ризиків здійснення фінансової діяльності, чинників, що призвели до певного стану фінансової безпеки, можливостей підприємства щодо утримання фінансової безпеки на належному рівні, а також розроблення заходів щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства. Такий аудит спроможний проводити цілеспрямоване управлінське консультування з метою виявлення втрачених вигод від недостатнього рівня фінансової безпеки на підприємстві та розроблення адекватної стратегії забезпечення фінансової безпеки [3].

Для забезпечення фінансової безпеки та встановлення контролю за її дотриманням на підприємстві необхідним є створення служби фінансової безпеки. Дана структура повинна:

- здійснювати свою діяльність відповідно до нормативної бази;
- дотримуватись прийнятої на підприємстві політики фінансової безпеки;
- мати у своєму розпорядженні відповідне технічне обладнання.

Служба фінансової безпеки підпорядковується безпосередньо керівнику підприємства, що відповідальний за дотримання правил збереження інформації. Інколи керівником цього структурного підрозділу може виступати і сам директор або його заступник. Створення корпоративної інформаційної системи підприємства з початку її проектування до моменту введення в експлуатацію повинно відбуватись за участю представників служби фінансової безпеки підприємства [4].

Отже, з проведеного дослідження витікає висновок, що в сучасних умовах жорсткої конкуренції та незалежних від власників та керівників зовнішніх факторів, що ускладнюють роботу підприємств, поряд із завданням досягнення високих значень фінансових показників підприємницької діяльності постають задачі безперервного забезпечення ефективної роботи системи економічної безпеки підприємства, у виконанні яких значну роль відіграє аудит як форма контролю. Менеджменту організацій необхідно розв'язати питання вибору різновиду аудиту в залежності від прийнятих стратегічних рішень та наявних

проблем з урахуванням специфіки галузі, в якій вони працюють, та об'ємів господарських операцій.

**Список використаних джерел:**

1. Дереконь В. М. Аудит як форма фінансового контролю та складова адміністративно-правової інфраструктури детінізації економічних відносин в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юр. наук : спец. 12.00.07 / В. М. Дереконь. – Ірпінь, 2007. – 21 с.
2. Управління фінансово-економічною безпекою: навч. посібник / О.А. Кириченко, С.М. Лаптев, П.Я. Пригунов, О.І. Захаров та ін.; за ред. В.С. Сідака. – К.: Дорадо-Друк. – 2010. – 412 с.
3. Крючко Л. С. Теоретичні засади фінансової безпеки підприємства / Л. С. Крючко // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - № 15. - С. 49-52.
4. Крупка М. І. Фінансова безпека суб'єктів господарювання: підручник / М. І. Крупка. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. – 319 с.

**Леонова К.С.**, студентка

**Науковий керівник: Герасимович А.М.**,  
д.е.н., професор ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Для прийняття ефективних управлінських рішень керівництву необхідна своєчасна, точна та деталізована інформація про витрати, склад собівартості, рентабельність та прогностичні показники з метою управління ними. Таку інформацію можна отримати лише за належної організації управлінського обліку, тому уже тривалий час у спеціальній літературі йдуть гострі дискусії щодо побудови управління витратами (управлінського обліку) в Україні [1].

Якщо підходити до управління витратами з точки зору розширення функцій, тобто поєднання обліку витрат з плануванням, контролем, аналізом, підбиттям підсумків діяльності підрозділів, слід з'ясувати, хто має виконувати ці функції. Якщо їх покласти на бухгалтерію (що можливо в сучасних умовах), то це означає не розширення функцій бухгалтерського обліку або перетворення його в управлінський, а розширення функцій бухгалтерії або її виробничого відділу, адже сам облік при цьому не змінюється.

Доцільність такого підходу до побудови обліку витрат особливо доведена досвідом тих підприємств, які подають звітність про собівартість продукції. Тобто облік витрат можна вести не тільки заради налагодження контролю за ними, а й для складання звітності [2].

Побудова управлінського обліку в сільському господарстві має передусім бути спрямована на потреби управління в інформації і забезпечувати облік і контроль витрат за об'єктами обліку: в рослинництві – це сільськогосподарські культури (групи культур); у тваринництві – групи (види) тварин як за структурними підрозділами, так і по підприємству загалом, а також аналіз, оцінку, планування напрямів розвитку фінансово-господарської діяльності підприємства.

Одним із основних критеріїв організації управлінського обліку на сільськогосподарських підприємствах є його результативність, що передбачає ефективне використання фінансових і виробничих ресурсів, зниження собівартості продукції (робіт, послуг), покращення якості продукції, підвищення її конкурентоспроможності, а також можливість здійснення контролю за діяльністю підприємства в цілому та його окремих підрозділів.

Тобто, управлінський облік є ефективним тоді, коли він дає змогу полегшити досягнення цілей діяльності підприємства з найменшими витратами на організацію і функціонування самого обліку.

На організацію управлінського обліку в сільськогосподарських підприємствах впливають:

- зовнішні фактори – рівень розвитку галузі, умови діяльності сільськогосподарського підприємства, кліматичні умови, ринкова кон'юнктура, ціноутворення тощо;

- внутрішні фактори – організаційна структура сільськогосподарського підприємства, кількість центрів господарської відповідальності, розподіл обов'язків і відповідальності, професіоналізм працівників, мотивація праці тощо.

Головним призначенням управлінського обліку на сільськогосподарських підприємствах є його орієнтація на забезпечення ефективності діяльності підприємства, на контроль і оцінку раціональності використання виробничих ресурсів, своєчасне виявлення факторів, які знижують підвищення ефективності, оперативне виявлення рентабельності виробництва, потреб ринку та прогнозування обсягів виробництва та продажу.

Управлінський облік забезпечує прямі й зворотні зв'язки між структурними підрозділами сільськогосподарського підприємства шляхом обміну інформацією і підготовкою внутрішньої звітності. Так, доведення плану роботи керівнику підрозділу, який буде відповідати за його реалізацію, забезпечить чітке розуміння керівником свого завдання на певний період часу. При цьому, бухгалтерські звіти про виконання планових завдань (бюджетів, кошторисів) надають керівнику інформацію про якість його роботи [3].

На окремих аналітичних рахунках слід обліковувати витрати підрозділу на виконання окремих робіт, передбачених річним завданням, наприклад, витрати на поліпшення ґрунтів, а в разі потреби – постійних витрат підрозділів (загальнобригадні, витрати на утримання зернотоків тощо). Результати діяльності щодо цих робіт або видів витрат визначають окремо, а в подальшому включають до загального підсумку діяльності підрозділу.

Для забезпечення раціональної організації управлінського обліку на сільськогосподарських підприємствах необхідно визначити підходи не стільки у концептуальному плані, скільки у поступовому, взаємопов'язаному та обґрунтованому втіленні ідеї його управлінської орієнтації в практичну діяльність. Для того, щоб вирішити поставлену задачу, необхідно враховувати загальні напрямки розвитку, а також дійсний стан кожного з видів бухгалтерського обліку, систем контролю і аналізу. В даному випадку важливою є



розробка плану організації системи управлінського обліку на сільськогосподарських підприємствах, який включає наступні елементи:

- виділення центрів відповідальності (витрат, прибутку, інвестицій);
- порядок документування операцій і документообіг;
- план рахунків управлінського обліку і порядок подвійного відображення операцій;
- визначення оптимальних оцінок і методів калькулювання;
- формування системи управлінської звітності; - вибір форми обліку;
- організація праці фахівців управлінського обліку та інших виконавців облікових робіт.

Особливістю обліку за центрами відповідальності є накопичення даних про витрати та доходи кожного окремого центру відповідальності з метою виявлення відхилень, причин відхилень та відповідальних осіб, які допустили ці відхилення. Важливою передумовою обліку за центрами відповідальності вважають встановлення цільових фінансових показників, їх систематичне вимірювання, порівняння фактичних даних із цільовими показниками, аналіз відхилень та розробка й реалізація відповідних заходів, якщо відхилення виявляться суттєвими.

Важливою умовою впровадження на сільськогосподарських підприємствах ефективної системи внутрішньої звітності є детальне вивчення завдань, що вирішуються на різних рівнях управління, та виявлення інформаційних потреб, які залежать від повноважень щодо прийняття конкретних управлінських рішень. Оскільки система управлінської звітності повинна охоплювати всі рівні управління підприємством і покликана допомогти керівництву в процесі планування, контролю та оцінки результатів діяльності підприємства, то процес формування системи управлінської звітності на сільськогосподарських підприємствах можна розділити декілька взаємопов'язаних етапів:

- 1) визначення цілей управлінської звітності;
- 2) визначення потреби в інформації залежно від видів користувачів;
- 3) визначення джерел даних;
- 4) розробка форм внутрішньої звітності;
- 5) призначення відповідальних осіб і встановлення термінів її подання.

Впровадження налагодженої системи управлінської звітності забезпечить можливість одержання оперативної і якісної інформації про поточні витрати, результати діяльності та підвищення ефективності прийнятих управлінських рішень [2].

Отже, за належної організації управлінського обліку сільськогосподарських підприємств їх керівники беруть участь у плануванні діяльності структурних підрозділів; забезпечують технологічні процеси необхідними матеріальними ресурсами, роботами і послугами; контролюють ефективне використання усіх видів ресурсів; аналізують чи беруть участь в аналізі діяльності структурних підрозділів; розробляють заходи щодо матеріального стимулювання чи матеріальної відповідальності окремих робітників; приймають управлінські рішення щодо усунення небажаних відхилень в діяльності структурних підрозділів.

Управління витратами в сільськогосподарських підприємствах досить суттєво відрізняється від методики, яку використовують в інших галузях. Тому підприємство може самостійно вибрати концепцію управління витратами, яка максимально сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності та прибутковості на ринку. Варто зазначити, що в управлінні витратами слід також враховувати концепцію життєвого циклу продукту, тобто управління необхідно здійснювати з урахуванням інформації про стан життєвого циклу, на якому перебуває продукція на ринку.

**Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996- XIV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Дацюк А. А. Основи організації управлінського обліку в допоміжних виробництвах сільськогосподарських підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/Vsnau/FiK/2009\\_4/35Dacyuk.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/Vsnau/FiK/2009_4/35Dacyuk.pdf)
3. Клименко А. А. Управління витратами на сільськогосподарських підприємствах. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vbumb/2009\\_4/9.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vbumb/2009_4/9.pdf)

**Лижова Є.М.**, студентка  
**Науковий керівник: Циган Р.М.**,  
старший викладач

Кременчуцький національний університет ім.  
Михайла Остроградського, Кременчук, Україна

## **ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ**

Податки являються з одного боку джерелом формування бюджету країни, а з іншого здійснюють великий тиск на підприємства, тому ефективна податкова політика є важливим питанням для держави й суб'єктів господарювання. Тому необхідно знайти баланс між справлянням податків та їх сплатою. Податкові надходження складають більшу частину доходів зведеного бюджету України [1]. Вони характеризують розвиток податкової системи, її зміну залежно від впливу зовнішніх факторів. За їх допомогою можна відслідковувати стан і тенденції розвитку національної економіки.

В Україні суб'єкти господарювання сплачують такі податки: ПДВ, ПДФО, податок на прибуток підприємств, податок на власність та внутрішні податки на товари та послуги.

На рис. 1 представлено динаміку податкових надходжень у тис дол. США

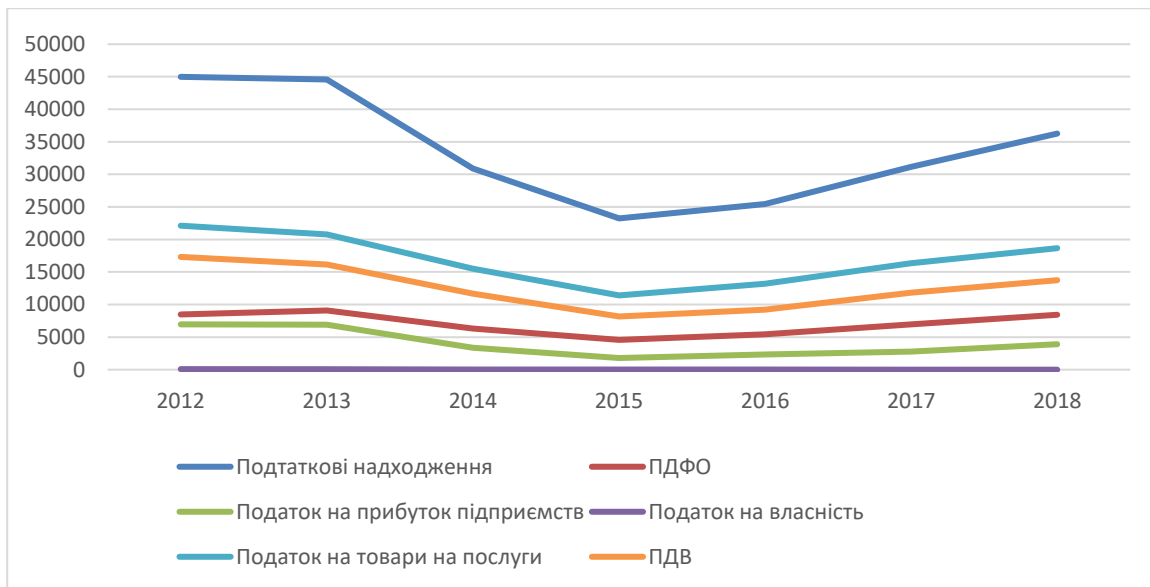


Рис. 1 – Податкові надходження зведеного Бюджету України у 2018 році [1]

Таким чином, з 2012 до 2015 року відбувався спад податкових надходжень через несприятливу економічну та політичну ситуацію в країні. З 2016 року відбувається поживлення податкових надходжень. Найбільше справляється податку на товари та послуги, до складу якого входить ПДВ. Менше за все справляється податку на власність, бо ставка не перевищує 1,5 відсотка розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного року, за 1 квадратний метр бази оподаткування.

Для порівняння розглянемо податкові надходження США, Великої Британії, Франції, Німеччини, Чехії та України у млн дол США (рис. 2).

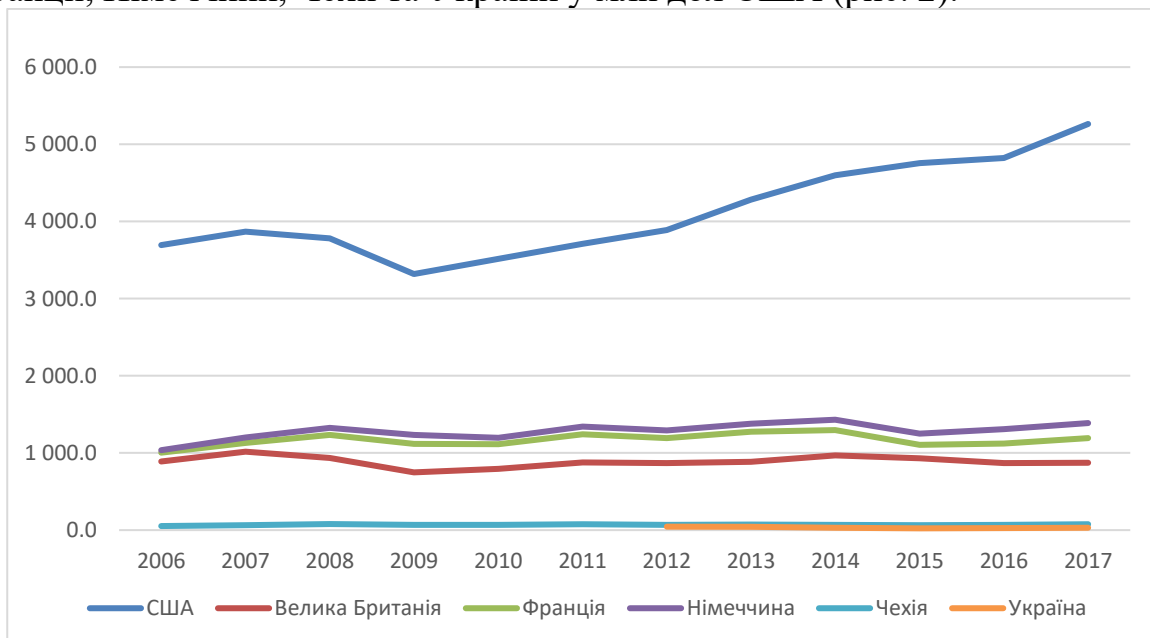


Рис. 2 - Податкові надходження США, Великої Британії, Франції, Німеччини, Чехії та України у млн дол США [4]

Загалом у США сплачують більше всього податків ніж у Німеччині, Франції та Великої Британії. У США сума сплачених податків з кожним роком зростає, на

відміну від інших економік, в європейських країнах відслідковуються невеликі коливання. Рівень податкових надходжень в Чехії приблизно співпадає з Україною та майже не змінюється.

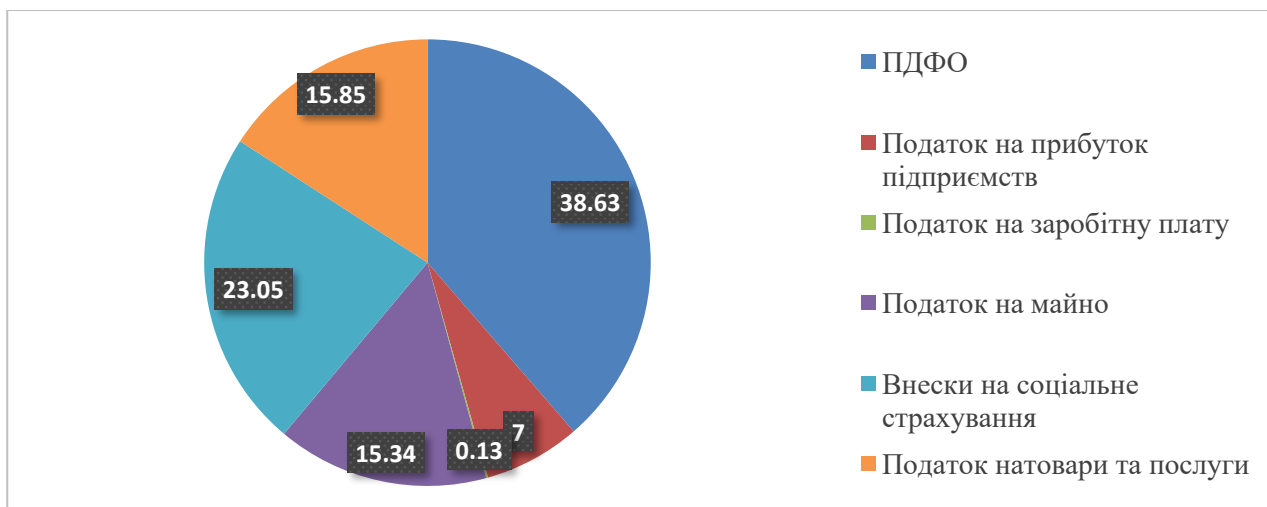


Рис. 3 – Структура податкових надходжень США за 2017 рік [4]

Аналізуючи структуру податків, бачимо, що більша частка податкових надходжень припадає на ПДФО, а найменша – податку на заробітну плату.

Оскільки Німеччина є достатньо розвиненою країною Європи, то може слугувати прикладом для використання її досвіду зі справляння податків (рис 3).

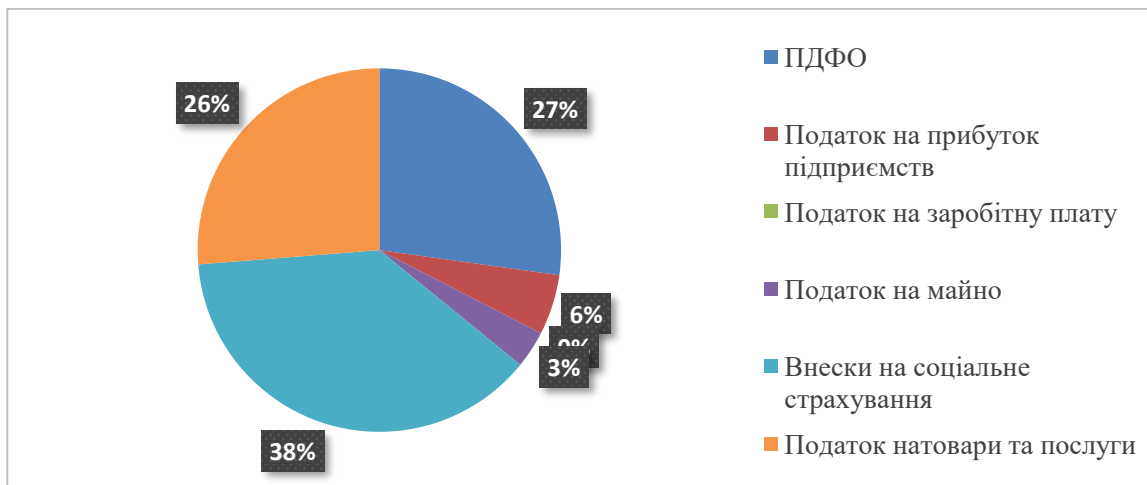


Рис 3 – Структура податкових надходжень Німеччини у 2017 році. [4]

Таким чином, у Німеччині більшу частку податкових надходжень складають внески на соціальне страхування, податок на заробітну плату відсутній, а податок на товари та послуги і ПДФО становлять чверть надходжень кожен.

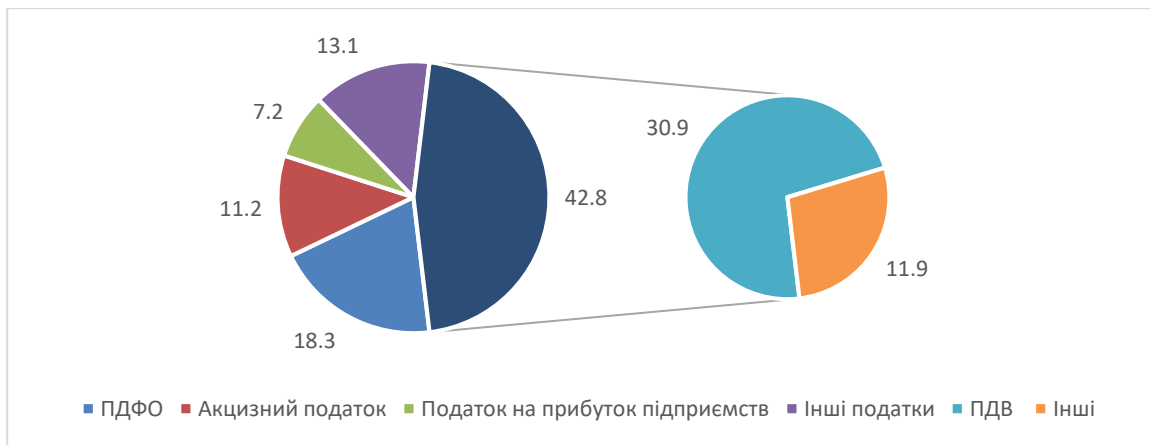


Рис 4 – Структура податкових надходжень України у 2017 році [1]

Отже, у 2017 році в Україні податок на товари та послуги склав майже половину податкових надходжень та стягувався найбільше у вигляді ПДВ, п'яту частину податкових надходжень склав ПДФО, що свідчить про те, що вони є головними джерелами формування бюджету країни.

Як бачимо, в країнах, які входять до великої сімки, використовуються достатньо ефективні механізми збору податків. Не зважаючи на податковий тиск, ці країни є високорозвиненими, що свідчить про ефективний подальший розподіл бюджетних коштів платників.

**Список використаних джерел:**

1. Статистичний збірник Міністерства фінансів "Бюджет України - 2018". Міністерство фінансів України – URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>
2. Статистичний збірник Міністерства фінансів "Бюджет України - 2015". Міністерство фінансів України – URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>
3. Статистичний збірник Міністерства фінансів "Бюджет України – 2014". Міністерство фінансів України – URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>
4. Податкові надходження. Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) – URL: <https://data.oecd.org/tax/tax-revenue.htm#indicator-chart>

**Логінська І.Я., Салогуб В.П., студентки**  
**Науковий керівник: Нежива М.О., канд.**  
 екон. наук, доцент  
 Київський національний торговельно-  
 економічний університет  
 м. Київ, Україна

**ВНУТРІШНІЙ АУДИТ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ  
 МЕТОД ОЦІНКИ СТАНУ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ**

На сьогоднішній день, проведенням внутрішнього аудиту, в більшості своїй, займаються лише ті підприємства, для яких є обов'язковим здійснення зовнішньої перевірки. Інші учасники економічної діяльності використовують відмінну від цієї стратегію ведення бізнесу, що на нашу думку, є не досить успішним рішенням в сучасних умовах управління. Запровадження практики внутрішнього

аудиту дозволяє знизити ризик банкрутства підприємства, крім того виступає позитивним сигналом для потенційних інвесторів і кредиторів, а також підвищує інвестиційну привабливість до даного економічного суб'єкта.

Під поняттям «внутрішній аудит» розуміють незалежну діяльність на підприємстві, метою якої є отримання достовірної та повної інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, сприяння ефективному виконанню завдань та досягнень цілей підприємства. Його використання дозволяє вчасно виявити ті чинники, які негативно впливають на ефективність ведення виробництва та стають на шляху досягнення мети. Крім того, внутрішній аудит допомагає у визначенні того, які саме підрозділи або служби підприємства і напрями їх діяльності сприяють підвищенню результативних показників організації. Внутрішній аудит в системі управління виконує наступні завдання:

- нагляд за дотриманням законодавства, внутрішніх норм і правил;
- збереження та захист активів підприємства та власників;
- контроль за оптимальним використанням ресурсів суб'єкта господарювання;
- визначення та попередження ризиків бізнесу;
- забезпечення достовірності й повноти інформації та звітності;
- проведення стратегічного аналізу та розробка фінансових прогнозів;
- забезпечення та сприяння виконанню планів та досягненню мети діяльності підприємства [1, с. 31].

Здійснення внутрішнього аудиту на підприємстві – це основна ділянка функціонування системи внутрішнього контролю, яка полягає в перевірці діяльності певного структурного підрозділу та винайденні шляхів її удосконалення. Якісне здійснення внутрішнього аудиту залежить передусім від вдалої організації його процесу, який слід покласти на керівника підприємства та системи внутрішнього контролю, при взаємодії яких можливо створити необхідне внутрішнє нормативне забезпечення та порядок організації внутрішнього аудиту, необхідних для здійснення внутрішнього аудиту, який би внаслідок своєї діяльності приносив би максимальну користь підприємству [2, с. 672].

Основною ознакою, за якою внутрішній аудит відрізняється від зовнішнього, є те, що він залежний, тобто підпорядкований керівництву тієї фірми, де він провадиться. Тому при створенні даної діяльності на підприємстві необхідно пам'ятати про те, що результати системи внутрішнього контролю мають прозоро та об'єктивно відображати діяльність об'єкта, що перевіряється, а також бути доступним для розуміння користувачам облікової інформації. Вимоги до внутрішнього аудиту наведені нижче:

- встановлення надійної та дієвої системи внутрішнього аудиту;
- забезпечення ефективності функціонування такої системи;
- підтримка балансу внутрішніх та зовнішніх можливостей розвитку системи внутрішнього аудиту;
- своєчасне виявлення випадків шахрайства, порушень, відхилень від норм, що регулюють фінансово-господарську діяльність підприємства;
- підтримання оптимальних параметрів системи;

- безперервність розвитку та удосконалення системи;
- організаційна структура системи внутрішнього аудиту повинна відповідати розмірам та ступеню складності підприємства [1, с. 35].

Доцільно зазначити, що система внутрішнього аудиту має тісно співпрацювати з іншими службами та підприємствами, як саме вони взаємодіють наведено в табл. 1 [3].

Таблиця 1

Взаємодія відділу внутрішнього аудиту з іншими службами підприємствами

№	Підрозділ підприємства	Форма зв'язку
1.	Дирекція	Аудитор отримує від керівництва підприємства для виконання накази, розпорядження, вказівки, плани, результати перевірок, аналізу, оцінки діяльності, рекомендації, висновки.
2.	Відділ збуту та постачання	Аудитор контролює стан матеріально-технічного забезпечення, ефективність укладених угод з придбання запасів, звіти про витрачання матеріалів на виробництво, відпуск матеріалів на сторону тощо.
3.	Матеріальний склад	Аудитор контролює рух запасів, обґрунтованість і своєчасність їх оприбуткування та списання, інформує про зміни в обліку та звітності.
4.	Виробничі цехи	Аудитор контролює виробничі звіти, накладні на відпуск сировини у виробництво, відповідність фактичного виходу продукції плановим нормативам.
5.	Планово-економічний відділ	Аудитор перевіряє наявність чинних норм і нормативів, звітів про виконання планових завдань з виробничої, фінансової і комерційної діяльності, планових відпускних цін на продукцію, що виготовляється.
6.	Відділ бухгалтерської служби	Аудитор перевіряє документи, що підтверджують достовірність бухгалтерської, фінансової та статистичної звітності, обґрунтованість розрахунків із бюджетом і позабюджетними фондами, дебіторами, кредиторами.

Робота служби внутрішнього аудиту на підприємстві організовується відповідно до календарних та індивідуальних планів робіт, які затверджує керівник підприємства. Після закінчення будь-якого виду робіт внутрішній аудитор подає керівникові підприємства аудиторський звіт із зазначенням виявлених або можливих порушень. Робота вважається завершеною тоді, коли проблеми, порушені у звіті внутрішніх аудиторів, розглянуті керівником підприємства (радою директорів) і видано офіційне розпорядження про прийняття (неприйняття) рекомендацій аудиторів [1].

Внутрішній аудит спрямований на: забезпечення обґрунтованої впевненості керівництва в ефективності та раціональності здійснюваних операцій; дотримання законів і нормативних актів при веденні господарської діяльності; достовірність показників фінансової звітності; розробку та реалізацію заходів, направлених на нівелювання ризиків, збереження активів та оптимізацію механізмів контролю бізнес-операцій [4].

Отже, наявність правильно організованої системи внутрішнього контролю на сьогодні є невід'ємною складовою успішного розвитку економічного суб'єкта в умовах постійних змін зовнішнього середовища та ускладнення процесів управління. За допомогою внутрішнього аудиту можна здійснювати контроль за дотриманням законодавства, внутрішніх правил та норм, за оптимальним використанням ресурсів, визначення та уникнення ризиків, забезпечення прозорості та об'єктивної інформації у звітності.

**Список використаних джерел:**

1. Йовенко І. Проведення внутрішнього аудиту на підприємстві: важливі аспекти / І. Йовенко // Аудитор України. – 2015. – № 4. – С. 30-35.
2. Бутинець Ф.Ф. Аудит: [підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» для ВНЗ] / Ф.Ф. Бутинець. – 2002. – 672 с.
3. Кривобок В. О. Організація та завдання внутрішнього аудиту в системі управління підприємством / В. О. Кривобок, В. О. Євсєєнко // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2013. – № 10. – С. 370-375.
4. Семенець А. О. Формалізація категоріально-термінологічного апарату внутрішнього аудиту на підприємствах торгівлі / А. О. Семенець // Бізнес Інформ. – 2019. – № 3. – С. 276-285.

**Лотоцька І.П.**, студентка  
**Науковий керівник: Королюк Т.М.**,  
к.е.н., доцент  
Тернопільський національний технічний  
університет ім. І. Пулюя, м. Тернопіль, Україна

## **ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ГРОШОВИХ КОШТІВ**

Грошові кошти вважаються найбільш ліквідною категорією активів, що забезпечує підприємству найбільший ступінь ліквідності і, як наслідок, свободу вибору. Грошові кошти є початком та кінцем господарсько-фінансового циклу. В процесі діяльності підприємства грошові кошти в ході кругообігу перетворюються в інші активи. Грошові кошти наявні і на початковому, і на кінцевому етапах облікового циклу, що включає придбання товарів, виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг, а також отримання виручки. Більшість операцій в діяльності підприємства зумовлюють рух грошових коштів і пов'язані з проведенням розрахунків між підприємствами. Рух коштів (надходження і вибуття грошей та їхніх еквівалентів) утворює грошові потоки. Грошовими коштами є кошти підприємства, якими воно розпоряджається в процесі своєї діяльності. Джерелами формування грошових коштів підприємства є власні та залучені кошти.

Економічна сутність грошових коштів полягає в тому, що вони виступають як активний елемент і складова частина економічної діяльності суспільства, відносин між різними учасниками і ланками відтворювального процесу. Грошові кошти беруть участь в здійсненні різних видів суспільних відносин, розподілі валового національного продукту, в придбанні нерухомості, землі, у визначенні цін, що виражають вартість товару. Крім того, грошові кошти виступають як засіб



обміну на товари, нерухомість, твори мистецтва, коштовності та ін. Це проявляється в процесі порівняння при безпосередньому обміні товарів.

В Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» грошові кошти включають готівку, кошти на рахунках в банках і депозити до запитання [1]. В Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 7 (МСБО 7) «Звіт про рух грошових коштів» грошовими коштами є готівка в касі та депозити до запитання [2].

Надходження грошових коштів в касу підприємства відбувається в результаті реалізації товарів, послуг за готівку фізичним та юридичним особам, а також з рахунку банку. Цільовим призначенням таких надходжень є виплата заробітної плати, витрати по відрядженнях, господарчі, адміністративні й операційні витрати [3, с. 121].

Для здійснення господарської діяльності підприємства можуть відкривати у банках розрахункові, валютні, поточні, депозитні та інші рахунки, які використовуються для розрахунків підприємства з іншими підприємствами, а також по розрахунках з бюджетом, фондами тощо.

В процесі розрахунків кошти виконують функцію міри вартості, засобу обігу, засобу платежу, тобто перебувають в кругообігу безперервно (гроші – товар – виробництво – товар – гроші) і в результаті цього знову повертаються у свою первісну форму як виручка – у вигляді грошових коштів.

Остафійчук С. М. вважає, що оскільки грошові кошти виступають абсолютно ліквідними активами, в результаті цього дане поняття не завжди може включати абсолютно всі залишки на рахунках в банках, тому що їх ліквідність може відрізнятись від абсолютної [4, с. 216]. На думку Завадського Й. С. [5, с. 323], Осовської Г. В. [6, с. 235] грошовими коштами є доходи та надходження.

Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. та Партин Г. О. вказують, що у господарській практиці назву грошей мають явища, зовні відмінні одне від одного: одиниці рахунку, в яких визначаються ціни на товари, національні грошові знаки, іноземна валюта, записи на банківських рахунках, кошти, витрачені на придбання цінних паперів, боргові зобов'язання, що використовуються для платежів, тощо [6, с. 164]. Бабіч В. В., Сагова С. В. зазначають, що під грошовими коштами варто розуміти валюту України та іноземну валюту [7, с. 280].

Дерій М. під грошовими коштами визначає основні сегменти для здійснення готівкових і безготівкових розрахунків між державними бюджетними установами та підприємствами [8, с. 62]. Несходовський І. С. вважає, що грошові кошти – це абстрактний вимірник економічних процесів, явищ, об'єктів, який суб'єкти згодні приймати як платіжний засіб [9, с. 15].

Ширенбек Х. вважає, що «ринкова система організації, незважаючи на всі відмінності в деталях (помітних на прикладі розвинутих країн Заходу), представляє в своїй основі спосіб господарювання, заснований, окрім всього іншого, на використанні грошей». Гроші він визначає «... основним фактором, що забезпечує безперешкодне протікання процесу розподілу праці, з'єднувальною ланкою якого є ринки» [10].

### **Список використаних джерел:**

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення: 19.10.2019).
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 (МСБО 7) «Звіт про рух грошових коштів». URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_019](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_019) (дата звернення: 19.10.2019).
3. Сопко В. В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2006. 526 с.
4. Остафійчук С. М. Грошові кошти та їх еквіваленти – найліквідніші активи підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. С. 215-220.
5. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юркевич О. О. Словник економічних термінів: менеджмент, маркетинг, підприємництво. Житомир : ЖІТІ, 1999. 444 с.
6. Осовська Г. В., Юркевич О. О., Завадська Й. С. Економічний словник. Київ : Кондор, 2007. 358 с.
7. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., Партин Г. О. Облік і аудит: термінологічний словник. Львів : «Центр Європи», 2002. 671 с.
8. Бабіч В. В., Сагова С. В. Фінансовий облік (облік активів) : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 282 с.
9. Дерій М. Дефініції «грошові кошти» і «грошові потоки»: відмінності та взаємозв'язок. *Економічний аналіз*. 2010. Випуск 6. С. 60-64.
10. Несходовський І. С. Облік грошових коштів та контроль їх виконання в підприємствах торгівлі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09. Київ, 2009. 20 с.
11. Понеділко О. В. Організація і контроль руху грошових потоків. *Економіка та держава*. 2011. № 11. С. 56-57.

**Лузан А.М.,** студентка.

**Науковий керівник: Апальков С.С.,**  
ст. викл. Київський університет ринкових відносин, м. Київ, Україна

### **СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

На сучасному етапі розвитку бухгалтерський облік все більше стає комп'ютеризованим. Це принципово змінює технологію обробки бухгалтерської інформації. В теперішній час розроблені десятки програм, що призначені для автоматизації бухгалтерського обліку на підприємствах за допомогою персональних комп'ютерів. Усі програми пропонують стандартний набір інструментів, які дозволяють полегшити та автоматизувати роботу бухгалтера. Більшість програм універсальні і дають змогу автоматизувати бухгалтерський облік будь-якої важкості.

Контроль має істотне значення у виявленні і мобілізації наявних резервів, сприяє підвищенню ефективності й якості роботи, посиленню режиму економії, виявленню причин і умов, за яких утворюються втрати. Правильно організований контроль повинен не тільки виявляти недоліки і порушення, а й запобігати їм, а також сприяти їх своєчасному усуненню. Ефективність застосування контролю залежить насамперед від рівня зацікавленості власників, ступеня розуміння ролі,

місця і значення виконання контрольних функцій менеджерами вищих рівнів управління підприємства.

Міжнародні стандарти звітності визначають контроль як „можливість управляти фінансовою та господарською політикою компанії таким чином, щоб отримати вигоди від її діяльності” [2, с. 357].

До основоположних принципів контролю належать принципи ефективності та об'єктивності. Принцип ефективності полягає в тому, що витрати на організацію контролю повинні бути меншими, ніж отримані в ході здійснення процедур результати. Об'єктивність контролю передбачає неупереджене виявлення порушень у фінансово-господарській діяльності організації, незалежно від того, яким особам виявиться вигідною отримана в результаті перевірки інформація. Надійна система внутрішнього контролю дає змогу реалізувати поставлені цілі з досягнення основних економічних показників діяльності підприємства та прийняття ефективних управлінських рішень.

Ефективна система внутрішнього контролю, як показують дослідження, повинна передбачати такі контрольні процедури: рішення керівництва на здійснення операцій; документування господарських операцій (передбачає використання затверджених або розроблених власних первинних документів для відображення господарських операцій, визначення порядку їх оформлення); порядок відображення в регістрах і на рахунках бухгалтерського обліку господарських операцій (складають графік документообігу, в якому вказують назву документа за групами господарських операцій, відповідальних за його складання, хто і в які терміни приймає його до обробки. Графік документообігу посилює контроль за своєчасністю та правильністю складання первинних документів і оперативністю отримання інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень); обмеження доступу до майна (доступ до майна повинен здійснюватися з дозволу керівництва підприємства); інвентаризація майна підприємства здійснюється за допомогою виявлення фактичної наявності коштів і звіряння їх з обліковими даними, що можуть здійснювати незалежні особи, які є членами ревізійної комісії організації); розподіл обов'язків з контролю (доцільний не тільки серед працівників бухгалтерії, а й між фахівцями організації, що дозволяє помітити помилку, яку допустили навмисно або ненавмисно не один, а дві і більше осіб. Контрольні функції між суб'єктами контролю мають закріплюватись посадовими інструкціями); кадрова політика (підбір фахівців, ротація головних спеціалістів, оформлення договорів про матеріальну відповідальність з особами, які працюють з товарно-матеріальними цінностями, що передбачає перевірку даних про матеріально відповідальних осіб та запобігання можливим розкраданням з їхнього боку тощо) [3, с. 4-5].

Система внутрішнього контролю повинна мати не формальний, а реальний і систематичний характер. Ознаками такого контролю є: систематичний контроль всієї фінансово-господарської діяльності підприємства, оперативний контроль за використанням виробничих ресурсів з боку керівників структурних підрозділів; контроль, оснований на точних оцінках, об'єктивних вимірниках, його здійснюють керівник організації, його заступник, головний бухгалтер, бухгалтери

та інші фахівці апарату управління; встановлення зворотного зв'язку з контрольованим об'єктом. Керівники структурних підрозділів звітують перед керівництвом про усунення недоліків, а керівництво вживає заходів для впливу на осіб, винних у негативних наслідках; затвердження систем внутрішнього контролю в обліковій політиці, що передбачає графік документообігу; посадові інструкції менеджерів усіх рівнів, узагальнення результатів контролю, їх аналізу, розроблення заходів з усунення недоліків.

Ефективність системи внутрішнього контролю залежить від обґрунтованості складених планів та чіткого виконання нею запланованих робіт. На підставі плану робіт служба внутрішньо-господарського контролю складає програму кожної перевірки. За результатами перевірки служба внутрішнього контролю повинна дати об'єктивні оцінки законності і доцільності здійснених фактів господарської діяльності; повноти відображення фактів господарської діяльності в бухгалтерському обліку; дотримання відображення операцій в часі; забезпечення схоронності активів [1, с. 139].

*Список використаних джерел:*

1. Макарук Ф.Ф., Куцик О.О. Внутрішній контроль витрат діяльності ринків: організаційно-управлінський аспект. Вісник НУ "Львівська Політехніка". 2012. № 721. С. 138-142.
2. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність. К.: Алерта, 2016. 928 с.
3. Яценко В. М. Внутрішній контроль на підприємствах України: проблеми розвитку та шляхи вирішення. Бухгалтерський облік і аудит. 2010. № 11. С. 3-7.

**Лузановська К.В.**, студентка  
**Науковий керівник: Гуренко Т.О.**,  
к.е.н., доцент  
ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЗА ДАНИМИ БУХГАЛЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ**

Для того, щоб прийняти своєчасне та об'єктивне стратегічне рішення, необхідний достатній для цього обсяг економічної, управлінської інформації, при цьому негативний ефект може викликати, як її недолік, так і її надлишок. Система управлінського обліку повинна забезпечити кожного фахівця саме тією інформацією, яка йому необхідна, в повному обсязі і у встановлений термін.

Для цього потрібно визначити кількість часу, необхідну для прийняття рішень і для збору відповідної інформації. На поточний момент дані управлінського обліку, такі як планова і фактична собівартість, обсяг продажів, постійні і змінні витрати, здатні відобразити лише ту інформацію, яка відноситься до минулого періоду. Тобто тих показників, які б сприяли стратегічного розвитку, виходячи із сутності управлінського обліку, на даний момент часу немає.

В умовах становлення ринкової економіки все більше зростає невизначеність зовнішнього середовища. Керівництву підприємств доводиться управляти не стільки самим процесом, а й враховувати вплив факторів зовнішнього середовища.

Для сучасного етапу розвитку ринкових відносин в Україні властиві глибокі зміни, що відбуваються в галузях економіки, технології, суспільно-політичному та соціальному житті суспільства. Все це обумовлює високий рівень невизначеності і нестабільності умов функціонування і створює постійну загрозу позиціям підприємства на ринку.

Підприємства, що своєчасно враховують і прогнозують зміни зовнішнього середовища, мають кращі шанси ефективно функціонувати і розвиватися. У цих умовах для тих підприємств, які в змозі прогнозувати і враховувати ці зміни якомога раніше, можуть з'явитися істотні можливості, пов'язані з ефективним використанням факторів за допомогою стратегічного управління і вироблення цільових стратегій для створення нових переваг у виживанні та конкуренції.

Інформацію для формулювання та реалізації стратегії можна поділити на дві основні групи: зовнішню інформацію - що відбувається з-за межами підприємства і стосується, перш за все, макроекономічного оточення і секторального оточення, й внутрішню інформацію - одержувану на підприємстві і яка описує в основному його фінансово-господарський стан [1].

Управлінський облік необхідний для задоволення потреб стратегічного менеджменту. Облікова система може забезпечити потреби менеджменту різними способами: використання даних обліку для аналізу ринків, на яких буде діяти компанія; надання ключової інформації, пов'язаної з вибраними стратегіями; забезпечення зворотного зв'язку з досягнутими результатами і їх узгодження зі стратегічними цілями; надання інформації про довгострокові наслідки різних напрямків дії.

Для надійного інформаційного забезпечення менеджменту необхідно вибудувати відповідну систему управлінського обліку, здатну відповісти на питання, які стоять перед управлінським апаратом. Для вибору концепцій і технологій, що лежать в основі всієї системи стратегічного обліку, необхідно детально розглянути процес стратегічного менеджменту.

Стратегічний менеджмент спрямований на розробку стійкої конкурентної позиції компанії, при якій її конкурентні переваги забезпечують постійний успіх. Головне завдання стратегічного менеджменту - це розробка і реалізація конкурентоспроможної стратегії. Стратегія - це набір політик, процедур і підходів до бізнесу для забезпечення довгострокового успіху [3].

Стратегічне позиціонування не може не впливати на процеси управління витратами підприємства. Залежно від того який тип конкурентної переваги хоче отримати організація вибираються відповідні інструменти управлінського обліку [1].

Процес стратегічного управління обмежується певним управлінським циклом і включає в себе кілька етапів:

1 етап – комплексний процес стратегічного планування, зокрема, і процес розробки стратегії;

2 етап – реалізація стратегії;

3 етап – контроль за реалізацією стратегії;

4 етап – коригування стратегії.

Доведена визначальну роль інформації бухгалтерського обліку при обґрунтуванні цілей підприємства та розробки способу їх досягнення, тобто стратегії. На зміст і організацію бухгалтерського обліку на підприємстві безпосередньо впливає прийнята керівництвом стратегія поведінки на ринку.

Виходячи з цього важливим є визначення завдань системи бухгалтерського обліку відповідно до обраної підприємством стратегії. Облікова політика на сучасному підприємстві визначається не тільки сукупністю принципів, методів і процедур, що використовуються для складання і подання фінансової звітності, а включає в себе також і принципи організації бухгалтерського обліку, перелік інструментів і методів, що використовуються для забезпечення інформаційного супроводу управління (в тому числі і стратегічного).

Невід'ємною частиною процесу бухгалтерського обліку і стратегічного управління є складання звітності. Управлінська бухгалтерська звітність, спрямована на інформаційне забезпечення прийняття стратегічних управлінських рішень, повинна мати відповідний зміст і структуру. За структурою звітність для потреб стратегічного управління необхідно поділити на звітність, що забезпечує розробку стратегії, і звітність, що забезпечує контроль за виконанням стратегії.

Аналіз стратегій розвитку організації показав, що в цілому можна виділити два типи конкурентних переваг: лідерство у витратах (цінах) і лідерство продукції (якість, унікальність). Виходячи з цього, розділимо концепції і технології управлінського обліку на ті, об'єктом управління яких є витрати і собівартість, і ті, де об'єкт управління - це якість продукції (послуг) .

Крім інформаційної та аналітичної функції стратегічний облік виконує функцію зворотного зв'язку - контроль над ступенем досягнення стратегічних цілей, тому для оцінки ступеня виконання стратегічних цілей необхідна відповідна система моніторингу [1].

Механізм побудови методики стратегічного управлінського обліку можна представити в декілька етапів:

- дослідження зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства (стратегічної бізнес-одиниці); визначення основних факторів успіху;
- аналіз відповідності критеріям вибору методів;
- вибір методу із наявного переліку.

Вибір формату та виду представлення стратегічної облікової інформації у вигляді управлінської звітності. Поява нових інформаційних запитів стала основною передумовою розвитку й удосконалення системи управлінського обліку в напрямі забезпечення його стратегічної орієнтації.

На сьогодні можна констатувати факт розширення меж управлінського обліку за рахунок розвитку його стратегічної компоненти, що дозволило сформулювати нову модель облікового інформаційного забезпечення управління

підприємством, яка є більш адаптивною до мінливих умов зовнішнього середовища підприємства та зростаючих запитів стратегічного менеджменту.

Отже, управлінський облік як інформаційна система менеджменту може забезпечувати його потреби різними способами в залежності від реалізованих конкурентних стратегій. У сучасних умовах господарювання бухгалтерам-менеджерам не просто обрати набір необхідних інструментів і методів з користю для стратегічного управління промисловим підприємством серед загальної їх кількості. Поєднання необхідних інструментів може стати запорукою успішності обліку і управління.

Сучасні інструменти і технології бізнесу надають широкі можливості для моделювання різних схем і підходів до організації процесу обліку і управління. Проте вільно експериментувати з ними на практиці, особливо в умовах існуючої кризи, вкрай небезпечно. Спираючись на зарубіжний досвід управління з орієнтацією на вітчизняні реалії господарювання, можна сформулювати ефективну схему функціонування бухгалтерського обліку в аспекті стратегічного управління промисловим підприємством.

#### *Список використаних джерел:*

1. Бухгалтерський управлінський облік. За ред. Ф.Ф. Бутинця, Житомир ПП «Рута» 2016. - 479с.
2. Правдюк Н.Л., «Підвищення ролі фінансової облікової інформації в управлінні діяльністю сільськогосподарських підприємств», Агроінком - 2018р. - №8 - С.7-11.
3. Хомин П.Я. Внутрішня звітність у сільськогосподарських підприємствах та її облікове забезпечення: проблеми узгодженості//Облік, звітність та аудит підприємств. – 2015р. - №1. – С. 45-51.

**Михайленко А.І.**, асистент  
ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Формування судження аудитора щодо достовірності фінансової звітності повинно здійснюватись за результатами виконання послідовних етапів процесу аудиту. Визначальним моментом цього процесу виступає оцінка рівня суттєвості. У відповідності до вимог як національних нормативів аудиту так й міжнародних, саме в залежності від критерію суттєвості аудитор повинен планувати перевірку, визначати її методи, здійснювати оцінку отриманих доказів, обирати вид висновку.

Критерій суттєвості може оцінюватись як за допомогою кількісних так і якісних визначень. Діючими національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку (надалі - НП(С)БО) передбачається багатоваріантність оцінок господарських операцій, й як наслідок підприємство по різному може формувати показники фінансової звітності.

Отже оцінка достовірності фінансової звітності прямо залежить від того, як сформовано елементи облікової політики підприємства. Облікова політика – це сукупність принципів, методів, процедур, які використовується підприємством для подання і складання фінансової звітності. Практичний досвід свідчить, що керівництво більшості Українських підприємств не усвідомлює значення процесу формування облікової політики.

З іншого боку працівники бухгалтерських служб внаслідок визнання домінуючої важливості податкового обліку й ослабленим контролем з боку власників та керівництва намагаються прилаштувати бухгалтерський облік до більш зручнішого складання податкової звітності. Втім, аудитор повинен оцінити наскільки суттєві наслідки невідповідності застосовуваних елементів облікової політики на достовірність показників фінансової звітності.

Формування кожного елементу облікової політики це складний процес, в якому повинні бути задіяними не тільки економічні служби, а й служби маркетингу, технічного, технологічного, матеріального забезпечення виробництва. Аудитор повинен впевнитись в тому, що встановлений обліковою політикою відповідний елемент має повне обґрунтування, що саме в такий обраний спосіб буде формуватись достовірне значення показників фінансової звітності. З цією метою можливо залучення експертів, які обізнані з особливістю галузі, технологічними процесами та т.і. [2]

На наступному етапі проводиться оцінка рівня суттєвості щодо невідповідності окремих елементів облікової політики. Така оцінка ґрунтується на значенні показника (показників) звітності, які пов'язані з тим чи іншим елементом.

Практичне застосування запропонованого підходу по окремих елементах облікової політики:

1. Підприємство застосовує норми і методи нарахування амортизації основних засобів, передбачених податковим законодавством. Така ситуація сьогодні дуже характерна для бухгалтерського обліку амортизації. Якщо активи балансу характеризується важкою структурою (основні засоби мають значну питому), то застосування невідповідних методів нарахування амортизації можна вважати суттєвим. Разом з тим, необхідно й проаналізувати структуру операційних витрат, тому що рівень частки амортизаційних витрат також повинен бути врахованим при оцінці суттєвості в даній ситуації.

2. З метою наближення бухгалтерського та податкового обліку підприємство визначає виробничу собівартість лише в частині матеріальних витрат, тобто всі інші витрати, пов'язані з виробництвом продукції, в момент їх виникнення включаються до собівартості реалізованої продукції. В тому випадку, коли діяльність підприємства характеризується коротким технологічним циклом (майже відсутні залишки незавершеного виробництва), а залишки готової продукції в загальній масі оборотних активів незначні, можна допустити таке відхилення від вимог П(С)БО 16 «Витрати» несуттєвим. І навпаки, в умовах нарощування залишків незавершеного виробництва чи готової продукції ми можемо отримати недостовірну оцінку фінансового результату за звітний період,



тобто буде порушено принцип «нарахування та відповідності доходів і витрат», який встановлено НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

3. Підприємство не має порядку визначення нормальної потужності. Відсутність такого елементу може бути суттєвим лише для підприємств, що займаються виробничою діяльністю. Як правило, в таких випадках розподіл постійної частини загальновиробничих витрат здійснюється без врахувань нормальної потужності. В цьому випадку доцільним буде аналіз динаміки обсягів виробництва. За умови, що для підприємства характерні незначні коливання, можна припустити, що неврахування нормальної потужності буде несуттєвим для оцінки значення залишків незавершеного виробництва, готової продукції та собівартості реалізованої продукції.

4. Підприємство не має порядку визначення тривалості операційного циклу. Операційний цикл – проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів від реалізації виробленої з них продукції (товарів, робіт, послуг). Тривалість операційного циклу може бути більше одного року. Цей елемент є визначальним для правильної класифікації активів на оборотні та необоротні. У відповідності до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» оборотні активи це грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати Балансу. Оцінка рівня суттєвості неврахування тривалості операційного циклу здійснюється в тому випадку, коли розрахункове значення буде більше одного року.

5. Підприємство, яке займається виробничою діяльністю для оцінки вибуття незавершеного виробництва та готової продукції застосовує «облікові» або «планові» ціни. П(С)БО 9 «Запаси» взагалі не має такого методу. Для оцінки вибуття незавершеного виробництва та запасів передбачається застосовувати метод нормативних затрат. Результати проведених нами аудиторських перевірок свідчать, що в багатьох випадках підприємства не мають напрацьованого досвіду застосування нормативного методу обліку витрат, нормування прямих матеріальних витрат та витрат на оплату праці чітко не регламентується внутрішніми стандартами. Саме за таких обставин в бухгалтерському обліку застосовується метод «облікові» або «планові» ціни, який дозволяє накопичувати у залишках незавершеного виробництва понаднормативні прямі матеріальні витрати та прямі витрати на оплату праці. Незавершене виробництво набуває статусу «чорної дірки», яка поглинає всі непродуктивні понаднормативні витрати. Зрозуміло, що застосування такого елементу облікової політики може привести до завищення оцінки незавершеного виробництва на дату балансу та недостовірного визначення результатів від операційної діяльності. Проте, оцінити рівень суттєвості внаслідок впливу застосування невідповідного методу оцінки вибуття незавершеного виробництва та готової продукції на етапі планування аудиторської перевірки майже неможливо. Можна лише говорити про існування ризикової зони, яка потребує спеціальних процедур дослідження.

6. При визначенні бази розподілу загальновиробничих накладних витрат не враховуються особливості виробництва на підприємстві тобто вони розподіляються загальною сумою пропорційно прямим витратам на оплату праці. Застосування такого методу традиційно для практики бухгалтерського обліку в Україні. Проте для того, щоб оцінити наскільки суттєвим може бути вплив застосування цього універсального методу доречним буде проаналізувати наступне: - структуру виробничої собівартості по окремих видах продукції, - структуру виробничої собівартості по окремих виробництвах, - особливості технологічного процесу, - склад загальновиробничих витрат, - зміни, які відбуваються у структурі залишків готової продукції і т.і. [1]

Отже, напрямки аналізу для конкретного підприємства визначаються виходячи з професійного досвіду аудитора. Інноваційний розвиток виробництва передбачає скорочення трудомісткості продукції. Тому розподіл всієї суми загальновиробничих витрат пропорційно прямим витратам на оплату праці може привести до штучного завищення виробничої собівартості більш трудомісткої продукції. Якщо структура залишків готової продукції не змінюється, то база та методи розподілу загальновиробничих витрат не будуть мати суттєвий вплив на оцінку відповідної статті балансу. В протилежному випадку здійснити оцінку рівня суттєвості не можливо на етапі планування аудиту. Діючими НП(С)БО передбачається значно більший перелік елементів, що повинні визначатись у обліковій політиці підприємства. З метою оцінки рівня суттєвості внутрішні стандарти аудиторської фірми повинні мати опис процедур по кожному можливому елементу.

#### *Список використаних джерел:*

1. Бутинець Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: [підручник] / [Ф.Ф. Бутинець, О.П. Войналович, І.Л. Томашевська]. – Житомир: Рута, 2015. – 527 с.
2. Радченко О.Д. Складові облікової політики сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК. - 2016. - №10. – С.73-77.

**Нежива М.О.**, к.е.н., доцент  
Київський національний торговельно-  
економічний університет,  
м. Київ, Україна

### **ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ**

Стрімкий розвиток виробничих сил, розгортання науково-технічного прогресу стають причиною зростання інтенсивності індустріального втручання людини в справи природи. Невпинний індустріальний розвиток сьогодення перетворює всю планету на арену практичної діяльності людей, що само по собі стає причиною формування проблем виробництва, споживання, забруднення навколишнього середовища і як наслідок економічне зростання держав світу.

Стійкий еколого-економічний розвиток – це такий розвиток країн і регіонів, а також підприємств, коли економічне зростання, матеріальне виробництво і споживання, а також інші види діяльності суспільства відбуваються в межах, які

визначаються здатністю екосистем відновлюватися, поглинати забруднення і підтримувати життєдіяльність теперішніх та майбутніх поколінь [1].

Еколого-економічний аналіз представляє собою комплексне вивчення економічної діяльності підприємства з урахуванням впливу екологічного фактора для виконання довгострокових планів в контексті стратегії стійкого розвитку. Еколого-економічний аналіз може охоплювати усі сторони господарської діяльності у взаємозв'язку з його природоохоронною діяльністю та впливу довкілля на діяльність підприємства. Взаємозв'язки, що існують між економічною системою та навколишнім природним середовищем, свідчать про те, що національна економіка є цілісною еколого-економічною системою. Об'єктом є сукупність економічних, екологічних і соціальних факторів, що впливають на ефективність виробництва для досягнення стійкого розвитку. Еколого-економічний аналіз є однією з функцій управління сучасним підприємством, оскільки саме на основі його результатів мають ухвалюватися господарські рішення.

Головною складовою еколого-економічного аналізу діяльності підприємства є оцінка еколого-економічного збитку від забруднення навколишнього середовища, так як він показує фактичні або можливі збитки. Він застосовується при техніко-економічному обґрунтування інвестицій і проекту, а також при розрахунку плати за забруднення навколишнього середовища. Під еколого-економічними збитками розуміють вартісне вираження соціально-економічних наслідків, викликаних забрудненням навколишнього середовища, втратою або погіршенням якості природних ресурсів і об'єкта, а також витрати на ліквідацію негативних наслідків і інші майбутні витрати, пов'язані з використанням викидом або потенційним викидом шкідливих речовин або іншою діяльністю, що негативно впливає на навколишнє середовище.

Оскільки еколого-економічний збиток є єдиною мірою оцінки техногенного впливу на різні сфери суспільного життя, його розрахунок вимагає великої кількості вихідних даних, багато з яких практично не фіксується, або просто не піддаються формалізації. Такі види шкоди, як, наприклад, моральний, естетичний і інші, має певні економічні та теоретичні оцінки, його, складно висловити вартісними оцінками. На сьогоднішній день методика розрахунку не розроблена, тому розрахунковий еколого-економічний збиток занижений по відношенню до реального, а існуюча ситуація призводить до необхідності вдосконалення застосовуваних методів оцінки. Застосування адекватної еколого-економічної оцінки діяльності підприємств дозволить надавати більш якісну аналітичну інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на зниження негативного впливу підприємства на навколишнє середовище.

Об'єктивно оцінити результати господарської діяльності підприємств, тобто вирішити основне завдання комплексного економічного аналізу, можна лише з обліком «взаємин» підприємства з навколишнім середовищем. Урахування екологічного фактору дозволяє привести господарську діяльність підприємств до однієї бази і достовірно оцінити результати їх діяльності, що має важливе

значення для регулювання діяльності підприємств як ними самими, так і державою [2].

Методика еколого-економічного аналізу включає: системи поводження з відходами (аналіз процесу виробництва в частині поводження з відходами (відходоовитратність, відходоємність, відходозаміщення, результативність відходозаміщення); собівартості переробки, утилізації та захоронення відходів; рентабельності системи поводження з відходами (загальна рентабельність, рентабельність переробки, використання реалізації) та господарської діяльності в умовах надзвичайних ситуацій (ефективність заходів превентивного характеру та заходів з ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій, втрата прибутку в результаті втрати робочого часу та в результаті пошкодження або знищення активів). Застосування зазначених методик дозволяє виявити резерви підвищення рівня еколого-економічної безпеки підприємств [3].

Таким чином, включення природоохоронної діяльності в систему економічного аналізу та розвиток комплексного еколого-економічного аналізу буде сприяти, по-перше, підвищенню об'єктивності результатів аналізу, більш ефективному вирішенню завдань, що постають перед ним, по-друге, поліпшенню екологічної ситуації на окремих підприємствах і в країні в цілому.

*Список використаних джерел:*

1. Псарьова І. С. Еколого-економічний аналіз та його вплив на формування інноваційної стратегії держави / І. С. Псарьова, Н. С. Захаренко // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. – 2018. – Вип. 35. – С. 238-246.
2. Баланенко О. Г. Сутність та основні завдання еколого-економічного аналізу діяльності підприємства / О. Г. Баланенко, Т. М. Стойкова, І. М. Стойкова // Молодий вчений. – 2017. – № 1. – С. 535-539.
3. Грицишен Д. О. Еколого-економічний аналіз в забезпеченні сталого розвитку як пріоритетного напрямку державної політики / Д. О. Грицишен // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 10. – С. 50-57.

**Овсяник А.С.,** студентка  
**Науковий керівник: Бакалінський О.В.,**  
д.е.н., професор  
Національний транспортний університет,  
м.Київ, Україна

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ЗБУТ В НЕОІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

У наш час умови функціонування підприємств стали відчутно трансформованими через відступ суспільства від системи планової економіки і його вступу в ринкові відносини. Тому вивчення витрат на збут у сфері торгівлі має велике практичне значення.

Актуальність даної проблеми полягає в тому, що результати роботи кожного підприємства, його конкурентоспроможність усе більше залежать від рівня витрат.

За твердженням П. А. Орлова, збут – це найважливіша складова частина комерційної діяльності підприємства, що пов'язана з прийняттям виробничих, фінансових, мотиваційних та інших рішень. Науковець у галузі маркетингу А. Н. Азриліан зазначає, що збут – це реалізація готової продукції; функція підприємства з продажу продукції, що включає логістику, взаємини з зовнішньою збутовою мережею і налагодження відносин з покупцями [4, с. 21–22]. Діяльність підприємства – це не стільки виготовлення продукції, а скільки пошук ринків її збуту, виявлення чинників, які б сприяли збільшенню бази клієнтів, попиту тощо. Такі тенденції зсуву центру витрат із власне виробництва на збут спостерігаються у неоіндустріальній економіці підприємств. На основі певних досліджень можна визначити, що на сьогодні лише 10% часу відводиться на виготовлення товару, а 90% - пов'язані з його збутом, але це питання підлягає дискусії [2, с. 250].

Існують різні інтерпретації назви рахунку 93 «Витрати на збут». Так, М. Пушкар зазначає «Рахунок 93 «Витрати на збут» доцільно перейменувати на «витрати на маркетинг і комерційну діяльність» з виділенням на ньому двох субрахунків – витрати на маркетинг і комерційні витрати» [5, с. 163]. Такої ж точки зору дотримується В. Дерій у своїй монографії «Витрати і доходи підприємств у системі обліку і контролю» [1, с. 250].

Виходячи з еволюції концепцій бізнесу під впливом еволюції ринку, а саме: виробнича – товарна – збутова – маркетингова – соціально-етичний маркетинг, можна дійти висновку, що збутова та маркетингова концепції бізнесу розглядаються як окремі складові бізнесу. Щодо витрат на рекламу, то на сьогоднішній день вони становлять суттєву частку всіх збутових витрат.

Основною метою збуту є похідна від мети підприємства, де нині переважає максимізація прибутку. Тому підходи щодо вдосконалення обліку витрат на збут будуть такими:

- а) формування збутової політики, як основи вдосконалення системи збуту;
- б) визначення пріоритетів, на які доцільно орієнтувати збутову політику;
- в) розгляд загальної моделі формування збутової політики та доцільність документального закріплення збутової політики;
- г) визначення основних завдань маркетингового підрозділу та функцій керівника маркетингового відділу;
- д) дослідження напрямів оптимізації планування продажів.

Досягнення реалізації таких підходів можливе за успішного виконання таких завдань у сфері збуту:

- а) оптимальне заповнення виробничих потужностей замовленнями;
- б) прискіпливий відбір раціональних каналів розподілу руху товарів;
- в) мінімальні сукупні витрати в господарському циклі товару.

Було б зручніше, якщо б рахунок 93 «Витрати на збут» розподілявся на витрати на:

- а) збут;
- б) рекламу;
- в) маркетинг.

Такий розподіл спростив би облік витрат. Було б зрозуміліше, яка частика коштів витрачається на ту чи іншу складову обліку підприємства. В. Євдокимова вважає: «Використання такої інтегрованої системи може дати уявлення керівництву про поточні результати діяльності підприємства, а також забезпечити можливість проведення аналізу окремих об'єктів або процесів та обґрунтування нових управлінських рішень» [3].

Як висновок, потрібно шукати нові підходи до використання окремих банківських рахунків для більшого розуміння обліку витрат на підприємстві.

**Список використаних джерел:**

1. Дерій В.А. Витрати і доходи підприємств у системі обліку та контролю: монографія / В.А. Дерій. – Тернопіль, 2009. – 272 с.
2. Загородній А.Г. Бухгалтерський облік: основи теорії і практики: [підруч.] / А.Г.Загородній, Г.О.Партич, Л.М.Пилипенко – [4-те вид., перероб. і доп. ]. – К.: Знання, 2007. – 550 с.
3. Минаев Д.В. Маркетинг в схемах и моделях / Д.В. Минаев. – Ростов-на-Дону, 2004. – 480 с.
4. Орлов П. А. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрями розвитку. Монографія // П. А. Орлов, Г. О. Холодний, М. А. Борисенко та ін. – Харків: ХНЕУ, 2008. – 232 с.
5. Пушкар М.С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів): монографія / М.С. Пушкар. – Тернопіль, 2006. – 334 с.

**Оленченко А.В.**, магістрант  
**Науковий керівник: Герасимович А.М.**,  
д.е.н., професор ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **АВТОМАТИЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ І РОЗРАХУНКІВ З ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ**

У сучасних умовах господарювання підприємств значно зростає можливість свідомого чи несвідомого неправильного відображення облікової інформації в реєстрах бухгалтерського обліку та, як наслідок, приховуванні значних сум грошових коштів. Найчастіше ці порушення виявляються при проведенні розрахунків із працівниками з оплати праці та з фондами соціального страхування.

Важливе значення має чітка організація облікової роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві. Це пов'язано з тим, що облік праці і заробітної плати є трудомістким, потребує уваги і сконцентрованості, оскільки пов'язаний з обробленням великої кількості первинної інформації, має багато однотипних операцій, здійснення яких потребує багато часу. Саме в галузі розрахунків із персоналом по оплаті праці законодавство України є найбільш мінливим і нестабільним, тому потребує від бухгалтерів та аудиторів постійного оновлення нормативної бази, яку вони використовують у процесі роботи. Останнім часом законодавчі і нормативні документи, що регламентують оподатковування витрат на оплату праці, змінювалися досить часто і кардинально. Тому бухгалтеру

важливо знати, як здійснювати оподаткування тієї або іншої виплати в даний час. Між іншим бухгалтерам необхідно постійно слідкувати за змінами у прожитковому мінімумі та мінімальній заробітній платі, оскільки від цих величини залежать розмір податкової соціальної пільги при утриманні податку з доходів фізичних осіб, розмір доходу до якого застосовується податкова соціальна пільга, розмір внесків до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, що утримуються із заробітної плати працівників тощо.

В Україні існує проблема оцінки розміру мінімальної заробітної плати, прожиткового мінімуму та вартості робочої сили. Ці проблеми породжують низку дій (з боку керівників і власників підприємств), які спричиняють проблеми обліку розрахунків з оплати праці, а відтак, і аудиту розрахунків з оплати праці.

Найбільшою проблемою обліку розрахунків з робітниками з оплати праці на сьогодні є недостатня автоматизація даної ділянки обліку та відсутність частини додаткових реквізитів у документах, якими підтверджуються операції з обліку праці та її оплати. Тому одним із напрямів удосконалення бухгалтерського обліку є зменшення кількості документації завдяки впровадженню багатоденних і накопичувальних документів, використання типових міжвідомчих форм, пристосованих до використання обчислювальної техніки.

З кожним днем все більша кількість комп'ютерів стає необхідним атрибутом на робочому місці звичайного бухгалтера. Застосування комп'ютерів дозволяє знижувати трудомісткість роботи бухгалтера, контролювати правильність операцій, спрощує облік, розрахунки й аналіз бухгалтерських документів, прискорює обробку інформації, знижує витрати на оплату праці, зменшує обсяг документообігу, дозволяє використовувати технічні носії первинної інформації, спрощує розрахунки між підприємствами, забезпечує оперативність і тривалість зберігання отриманої інформації.

У середньому, зниження витрат часу на виконання основних бухгалтерських розрахунків при застосуванні окремих програм для автоматизації бухгалтерського обліку становить 30-40 %, при застосуванні комплексної автоматизації – 45 - 55 % [1].

Для вдосконалення обліку оплати праці потрібно забезпечити підприємства комп'ютерним веденням обліку. Це дасть змогу швидко та якісно дати аналіз витратам, визначити розрахункові операції, швидко і надійно визначити всі статті витрат, зокрема що стосується розрахунків з оплати праці.

Автоматизована система значно полегшує роботу бухгалтера, виключає можливість помилок, які могли б виникнути при ручному розрахунку цим самим забезпечуючи правильність нарахування заробітної плати працівникам підприємства та нарахування обов'язкових платежів до фондів та бюджету. При цьому зникає потреба в здійсненні перевірок, ревізій, аудиту первинної документації.

За словами заступника Міністра фінансів України Єфименко Тетяни Іванівни, «в практику бухгалтерського обліку підприємств України поставлено нове завдання: адаптація законодавства України до законодавства Європейського Союзу. Наслідком виконання Загальнодержавної програми адаптації

законодавства України до законодавства Європейського Союзу, затвердженої розпорядженням Кабінету Міністрів України, повинна стати гармонізація нормативної бази бухгалтерського обліку з Постановою Європейського парламенту та Ради Європейського Союзу про застосування міжнародних стандартів фінансової звітності» [2].

Одним із шляхів вирішення проблеми може служити Програма «1С: Підприємство 8 Зарплата і Управління Персоналом для України». З її допомогою можна вести кадрову управлінську й облікову діяльність декількох організацій, підтримувати документування й автоматизацію процесу підбору й оцінки кандидатів, розробляти і застосовувати схеми фінансової мотивації працівників з використанням різних показників ефективності діяльності як окремого працівника, так і підприємства. Для розрахунку й обліку заробітної плати в програмі автоматизована за такими параметрами: розробка схем мотивації працівників; облік результатів виробничої діяльності; автоматичний розрахунок широкого кола нарахувань - від оплати по окладу до оплати лікарняних і відпусток по середньому заробітку; гнучка настройка використовуваних нарахувань і утримань. При цьому йдуть взаєморозрахунки з працівниками підприємства, а також облік витрат на оплату праці в складі собівартості продукції і послуг. Автоматизовано весь комплекс розрахунків з персоналом, починаючи від введення документів про фактичне вироблення, оплати лікарняних листів і відпусток, аж до формування документів на виплату зарплати та депонування, а також звітності в державні наглядові органи [1].

Реалізація завдань реформування системи бухгалтерського обліку та сучасні ринкові зміни діючої системи організації оплати праці потребують докорінних змін методології обліку розрахунків оплати праці на підприємстві.

Отже, слід зробити висновок, що питання нарахування заробітної плати, а також податкового, бухгалтерського статистичного обліку оплати праці займають особливе місце в роботі бухгалтерії кожного підприємства.

Основою ефективної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання виступає чітко налагоджена система врахування і контролю. Незалежно від форми власності фірмі необхідний бухгалтерський облік як основа, що підтверджує юридичну і фінансову обґрунтованість дій фірми, її взаємодії з органами державного керування і правопорядку і дотримання встановлених норм і правил [3].

Сьогодні створено законодавчо-правову базу регулювання оплати праці відповідно до міжнародних трудових норм, що діють у ринковій економіці, система документування оплати праці розвинута на високому рівні. Однак залишається необхідність розроблення нових та вдосконалення існуючих галузевих форм первинних документів з обліку заробітної плати, що враховують особливості її нарахування і виплати в окремих галузях економіки [2].

Говорячи про користь автоматизації бухгалтерії, потрібно сказати, що вона підвищує ефективність роботи багатьох структур підприємства: бухгалтеру-виконавцю бухгалтерське програмне забезпечення полегшує роботу на трудомістких ділянках, збільшує швидкість виконання операцій; співробітників,



що не володіє великим досвідом, дозволяє виконувати складні завдання. Головний бухгалтер з легкістю зможе довірити підлеглим практично всі аспекти роботи, адже чітко прописаний алгоритм не дозволить їм помилитися. Керівник ж зможе отримувати оперативну інформацію про фінансову і виробничу діяльність компанії.

**Список використаних джерел:**

1. Васильків Н.М. Ефективність інформаційних систем / Н.М. Васильків. – Тернопіль: Економічна думка. – 2015. – 98 с.
2. Левицька С.О. Автоматизація бухгалтерського обліку як визначальний фактор ефективності облікової системи вітчизняних підприємств / С.О. Левицька, А.В. Романюк // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2016. – №2(50). – С. 156–163.
3. Секіріна Н. В. Удосконалення організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємствах / Н. В. Секіріна, І. О. Лобанов // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2017. - №2. С. 34.

**Олійник Р.М.,** магістр  
**Науковий керівник: Новодворська В.В.,**  
к.е.н., доцент  
ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут»,  
м. Ніжин, Україна

**ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ВИТРАТ ФОРМУВАННЯ  
СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ  
ПІДПРИЄМСТВАХ**

Об'єктивність процесів вимірювання розміру витрат, понесених у результаті господарської діяльності та визначення на їх основі собівартості є очевидною і не потребує доведення. В умовах ринку, коли зниження собівартості може бути чи не єдиним реальним напрямом підвищення конкурентоздатності, достовірна інформація про величину витрат та розмір собівартості стає обов'язковою вимогою до успішного господарювання. Сюди ж можна віднести і чітке бачення механізму кількісного формування величини вказаних категорій. Таким чином, і витрати, і собівартість потребують до себе підвищеної уваги як на рівні теоретичних досліджень, так і в прикладному аспекті. Дана теза стосується усіх сфер господарювання, проте є такі, де проблема вимірювання витрат та собівартості постає особливо гостро. Однією з них є сільське господарство, яке в зв'язку зі своєю специфічністю має деякі особливості як щодо господарської діяльності в цілому, так і стосовно процесів кількісного вимірювання витрат та собівартості зокрема.

Облік витрат у сільськогосподарському виробництві має забезпечувати оперативне, достовірне й повне надходження інформації щодо кількості та вартості одержаної продукції (виконаних робіт і наданих послуг), трудових, матеріальних і грошових витрат на виробництво продукції за підприємством

загалом та за окремими його структурними підрозділами (бригадами, цехами, фермами тощо).

Облік витрат і виходу продукції здійснюють у розрізі окремих об'єктів (виробництв, видів або груп культур чи тварин, продукції переробної промисловості).

Синтетичний облік витрат і вихід продукції сільськогосподарського виробництва здійснюють на активному, калькуляційному рахунку 23 «Виробництво», до якого ведуть субрахунки: 1 «Рослинництво», 2 «Тваринництво», 3 «Допоміжні виробництва», 4 «Підсобні (промислові) виробництва» тощо [3].

За дебетом рахунка 23 відображають прямі матеріальні, трудові та інші прямі витрати, а також виробничі накладні витрати (загальногосподарські витрати) та втрати від браку продукції (робіт, послуг), за кредитом — суми фактичної виробничої собівартості завершеної виробництвом продукції, виконаних робіт та послуг.

Аналітичний облік на рахунку 23 здійснюють за встановленими об'єктами обліку витрат, зокрема видами виробництв, за статтями витрат і видами або групами продукції, що виробляється. На великих виробництвах аналітичний облік витрат можуть здійснювати за підрозділами підприємства й центрами витрат і відповідальності.

Оплату праці нараховують виходячи з обсягів виконаних робіт чи виходу продукції або відпрацьованого часу на підставі відповідних первинних документів, і відносять на відповідні об'єкти витрат.

Товарно-матеріальні цінності власного виробництва минулих років відносять на витрати за їхньою первинною вартістю; продукцію власного виробництва поточного року — за плановою собівартістю з коригуванням її наприкінці року до рівня фактичних витрат; придбані — за первинною вартістю з урахуванням таких методів її уточнення: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); собівартості останніх за часом надходження запасів (ЛІФО); нормативних витрат; ціни продажу. Для всіх одиниць бухгалтерського обліку запасів, що мають однакове призначення й однакові умови використання, застосовують лише один із наведених методів.

Аналітичний облік матеріальних цінностей у бухгалтерії підприємства здійснюють у сальдових відомостях на підставі перевірених і протаксованих Звітів про рух матеріальних цінностей.

Синтетичний облік готової продукції здійснюють на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва». Цей рахунок призначений для обліку й узагальнення інформації про наявність та рух сільськогосподарської продукції. Продукцію сільськогосподарського виробництва поточного року облікують за плановою собівартістю, яку наприкінці звітного періоду (року) доводять до фактичної собівартості. Підприємства, які не обчислюють собівартості продукції, наприклад фермерські господарства, беруть її на облік за поточними (діючими на момент складання звітності) цінами. Різницю між фактичною та плановою

собівартістю готової продукції, яку виявляють наприкінці року, відносять пропорційно на рахунок продукції й на інші рахунки, на які ця продукція була списана впродовж року.

На рахунку 27 обліковують продукцію, одержану від власних рослинницьких, тваринницьких і промислових підрозділів підприємства, призначену для продажу на сторону та для іншого невиробничого споживання; продукцію, призначену для споживання у тваринницьких підрозділах як корми або для виробництва кормів у кормоцехах; продукцію, вирощену для годівлі худоби, а також побічну продукцію й відходи, одержані при доведенні товарної продукції та насіння до належних кондицій; насіння й посадковий матеріал, включно із саджанцями, призначеними для закладання та ремонту власних насаджень.

Аналітичний облік витрат і виходу продукції рослинництва здійснюють у Виробничих звітах. Їх складає кожен структурний підрозділ щомісяця на підставі даних первинних і накопичувальних документів. Дані у Виробничих звітах групують у такому розрізі, який потім дає змогу зробити записи за аналітичними рахунками відповідних синтетичних рахунків. При цьому витрати систематизують за рахунками й статтями витрат. У разі, коли витрати списують на відповідний синтетичний рахунок чи оприбутковану продукцію за кількома звітами, необхідно складати зведений Виробничий звіт.

Для ведення аналітичного обліку витрат і виходу продукції упродовж року можна використовувати Книгу обліку витрат виробництва. У ній записують підсумкові дані про витрати місячних Виробничих звітів. Книгу можна не вести за умови, якщо у Виробничому звіті нагромаджуються дані щодо витрат і одержаної продукції від початку року.

Визначення собівартості різних видів продукції (робіт, послуг) базується на загальних для планування та обліку положеннях і знаходить своє відображення в єдності об'єктів калькуляції, статей витрат і методики їх розподілу. В плануванні й обліку обчислюються і використовуються в економічній роботі такі показники собівартості: 1) собівартість усієї продукції; 2) собівартість одиниці продукції; 3) витрати на одну грошову одиницю вартості продукції. Серед продукції основних галузей визначення собівартості починають саме з продукції рослинництва, адже вона значною мірою споживається тваринництвом. Об'єктами розрахунку собівартості в рослинництві є різні види продукції, які отримують від кожної сільськогосподарської культури. Крім цього, розраховують собівартість незавершеного виробництва, що включає в себе собівартість сільськогосподарських робіт і вартість спожитих ресурсів для виробництва продукції рослинництва, які виконані в поточному році під урожай майбутнього року.

Тваринництво – друга провідна галузь сільського господарства. Продуктами його виробництва є м'ясо, молоко, жири, яйця та ін. Це цінні, незамінні й головні продукти харчування. Вони покривають 60-65 % потреб у білках, третю частину всіх калорій у харчуванні людини. Продукція тваринництва (шкури, вовна, хутро) є цінною сировиною для легкої промисловості.

До основних факторів впливу на собівартість сільськогосподарської продукції належать природно-кліматичні умови, рівень родючості землі, обсяг внесення добрив, сорти рослин і породи тварин та ін.

Істотним напрямком діяльності сільськогосподарських виробників та органів управління є вдосконалення системи показників і класифікації витрат виробництва продукції сільського господарства в умовах ринкової економіки. Необхідно вказати особливу роль обліку, статистики та контролю в пошуках шляхів скорочення витрат виробництва в сільському господарстві, в забезпеченні раціонального використання ресурсів, в посиленні боротьби з безгосподарністю і марнотратством [4].

Для своєчасного контролю за витратами та формуванням собівартості потрібно дотримуватись точного ведення обліку витрат за елементами та статтями, центрами відповідальності, в розрізі об'єктів обліку та оперативно обчислювати витрати ресурсів за видами і собівартість продукції в даному проміжку часу для зіставлення її з плановим показником з метою виявлення відхилень і своєчасного пошуку шляхів впливу на процес виробництва.

*Список використаних джерел:*

1. Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (з врахуванням останніх змін, внесених Законом України № 663-VII від 24.10.2013 р.).

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 року № 73.

3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкція про його застосування // Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 (з врахуванням змін і доповнень, останні з яких внесені наказом Міністерства фінансів України № 627 від 27.06.2013 р.).

4. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: Підручник / За редакцією проф. М.Ф. Огійчука. – 6-те вид., перероблене і доповнене. – К.: Алерта, 2011. – 1042 с.

**Орлова О.В.**, студентка

**Науковий керівник: Моторин Р.М.**, д.е.н.,  
професор кафедри статистики та економетрії

Київський національний торговельно-  
економічний університет,  
м. Київ, Україна

## **ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ВИКОРИСТАННЯ ДОХОДІВ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ**

Ідея ознайомлення із міжнародним досвідом при доцільному плануванні розподілу доходів є досить поширеною у сучасній практиці державотворення. Так, коли Польща розробляла свою стратегію використання доходів країни, з метою знаходження кращих рішень та запобігання помилок, був вивчений досвід країн, які напередодні стали членами ЄС, а саме Швеції, Фінляндії та Австрії” [1].

При розробці Програми інтеграції України до Європейського Союзу її структуру було визначено з урахуванням досвіду країн-кандидатів на вступ до ЄС [2].

Метою порівняння показників використання доходів в національних рахунках України та Польщі є характеристика найзагальніших закономірностей, взаємозв'язків і пропорцій в економічному розвитку країн, виявлення основних тенденцій розвитку економічних процесів, що відображаються на окремих рахунках, і всієї економіки в цілому.

На основі викладеного матеріалу можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в виявленні чинників, що гальмують ефективно використання польського досвіду в Україні, з'ясувати чи впливає структура наявного доходу на ефективність функціонування економіки країни. Вивчення міжнародного досвіду та його адаптація до національних умов значно полегшить вирішення економічних проблем.

Так, для узагальнення економічних результатів функціонування національної економіки, дослідження макроекономічних показників та аналізу основних макроекономічних пропорцій країн будемо використовувати систему національних рахунків (СНР). Система національних рахунків відображає найважливіші аспекти економічного розвитку, пов'язані з виробництвом і споживанням продуктів та послуг, розподілом і перерозподілом доходів, формуванням національного багатства країни.

Доходи постійно перебувають в обороті: вони беруть участь у платежах, трансформуються в активи, у товарно-матеріальні цінності, споживаються. Стадії утворення та використання доходів мають бути відображені на відповідних рахунках.

Дані рахунків забезпечують аналіз процесів, що реально відбуваються, а також аналіз їх руху, як в економіці в цілому, так і за інституційними секторами, що уможливорює виявлення специфіки утворення і просування доходів у кожному секторі.

За сучасних умов статистика доходів забезпечує інформацію не тільки для аналізу загального стану економіки та рівня життя, а й для розроблення оптимальної соціальної політики, а також заходів, спрямованих на соціальну підтримку окремих груп населення [3].

У СНР застосовуються різноманітні показники доходів, але для аналізу використання доходів в національних рахунках України та Польщі, перш за все, маємо звернути увагу на такі показники:

1. **Валовий наявний дохід**(ВНД) — сума всіх товарів і послуг, вироблених протягом року на території держави (тобто ВВП), плюс доходи, отримані громадянами та організаціями держави з-за кордону, мінус доходи, вивезені з неї іноземними громадянами та організаціями.

2. **Кінцеві споживчі витрати** включають вартість витрат на безпосереднє задоволення індивідуальних та колективних потреб нації, а саме - домашніх господарств, державних органів управління та некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства.

3. **Валове національне заощадження** розраховується як різниця між валовим наявним доходом та витратами на кінцеве споживання (якщо заощадження є величиною додатною, то інституціональні одиниці спрямували в поточному періоді наявний дохід не тільки на кінцеве споживання, а й на збільшення власних активів або на зменшення зобов'язань. Від'ємна величина заощадження означає, що для покриття витрат на кінцеве споживання інституціональні одиниці збільшили власні зобов'язання або зменшили активи).[4]

Порівняльна таблиця рахунку використання наявного доходу України та Польщі за 2016 р.

Операції та балансуючі статті	Україна		Польща	
	Усього млн.грн	%	Усього млн. злотих	%
1. Валовий наявний дохід	2464688	100	1 786 619	100
2. Кінцеві споживчі витрати	2007208	81,4	1 420 380	79,5
а) індивідуальні споживчі витрати	1815142	73,6	1 271 416	71,9
б) колективні споживчі витрати	192066	7,8	148 964	8,3
3. Коригування на зміни чистої вартості активів домашніх господарств у недержавних пенсійних фондах	159	0,006	9 595	0,5
4. Валове заощадження	457480	18,7	366 239	20,5
Частка заощадження у валовому наявному доході, %	18,6		20,5	
Коефіцієнт подібності структур	0,97			

Джерело: розраховане автором на підставі даних: <http://www.ukrstat.gov.ua> , <https://stat.gov.pl>

Порівнювати Українську економіку зі здобутками Польщі є предметом фахових та побутових дискусій. Наразі таке порівняння не на користь України.

Валовий національний дохід, його структура, характеризує добробут нації, в ньому відображається політика держави у формуванні пропорцій між споживанням та заощадженням. За цим показником Польща нас також перевершує.

Користуючись даними таблиці, можна розрахувати частку заощаджень у валовому наявному доході (ВНД) та з'ясувати, що показник Польщі(20,5%) є дещо вищим, ніж України(18,6%). Це свідчить про те, що Україна менш приваблива для інвесторів, ніж Польща. Вигідне розташування і дешева робоча сила допомагають залучати іноземні інвестиції. Доведено Польщею [5]. Тобто, можна стверджувати,

що Польща має кращі можливості для залучення інвестицій, а отже і розвитку економіки в цілому.

Проблеми доходів і рівня життя населення посідають провідне місце в економіці. Саме тому необхідно розглянути їх структуру і не менш важливим є

$$P = 1 - \frac{1}{2} \sum_{j=1}^m |d_j - d_k|$$

коефіцієнт подібності структур, що обчислюється за формулою:

Якщо структури однакові,  $P = 1$ ; якщо абсолютно протилежні,  $P = 0$ . Чим більше схожі структури, тим більше значення  $P$ . [6]. За структурою доходів можна робити висновки про середній рівень життя населення.

За наведеними у таблиці даними коефіцієнт подібності структур становить - 0,97, що означає лише одне – Україна та Польща мають майже однакову структуру наявного доходу.

### Висновки

1. Порівняння макроекономічних показників використання наявного доходу Польщі та України показує, що Україна та Польща мають майже однакову структуру наявного доходу.

2. Але частка заощаджень у валовому наявному доході Польщі (20,5%) є вище, ніж України (18,6%). Це свідчить про те, що Україна має менше можливостей для інвестування в виробництво, ніж Польща.

3. У майбутньому головна проблема України полягатиме не в тому, щоб досягти високого зростання наступного року або протягом кількох років, а скоріше в тому, щоб зробити економічне зростання швидшим, тривалішим. Досягнення високого рівня зростання економіки вимагатиме поєднання збільшення продуктивності та інвестицій.

#### Список використаних джерел:

1. National Strategy for Integration // <http://www2.ukie.gov.pl/dokumenty/Nsien.pdf>
2. Програма інтеграції України до Європейського Союзу: Схвалено Указом Президента від 14 верес. 2000 р. №1072/2000 (1072/2000) // [www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua).
3. Система національних рахунків (2001): <https://library.if.ua/book/115/7734.html>
4. [https://pidruchniki.com/2015082666114/ekonomika/valoviy\\_natsionalniy\\_dohid\\_vnd](https://pidruchniki.com/2015082666114/ekonomika/valoviy_natsionalniy_dohid_vnd)
5. <https://bakertilly.ua/news/id44264>
6. <https://studfiles.net/preview/4494396/page:5/>

Патіота А.С., студентка

Науковий керівник: Герчанівська С.В.,

к.е.н., доцент

ВП НУБіП України «Бережанський

агротехнічний

інститут», м. Бережани, Україна

### ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

За останні роки збільшилось значення речових факторів виробництва – основних засобів. Однак існує проблема їх збереження, переоснащення для подальшої роботи на підприємстві. Збільшення обсягу виробництва відбувається завдяки ефективному використанню основних засобів. Отже, проблема

ефективності виходить на перший план у процесі вивчення і дослідження роботи підприємств. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан підприємства і його конкурентоспроможність на ринку. Виявлення методів і напрямів підвищення ефективності використання основних засобів, що забезпечують зниження витрат виробництва і зростання продуктивності праці, дозволяє зробити грамотний аналіз основних засобів.

Значення економічного аналізу основних засобів визначається посиленням їх впливу на зміни в економіці країни і кожної галузі окремо. Як основа техніко-економічного потенціалу і майнового комплексу суб'єктів ринку ці активи повинні забезпечувати реалізацію фінансових і соціально-економічних завдань, а також модернізацію підприємств.

Аналіз літературних джерел свідчить про дещо різні підходи до аналізу ефективності використання основних засобів. Так, Покропивний С. Ф. [3], Мацибора В. І. та Збарський В. К. вважають, що головною ознакою ефективного використання основних фондів підприємства є зростання обсягу виробництва його продукції. Забезпечення високих темпів розвитку виробництва та підвищення його ефективності можливе лише за умови інтенсивного відтворення й раціонального використання. Інші автори, серед яких Круш П. В. та Подвігіна В. І. [1], Федорова В. А. та Соловійова О. А. [4] наголошують на тому, що ефективність використання основних засобів можна охарактеризувати системою показників, яка складається з двох підсистем: показників ефективності відтворення основних засобів та показників використання основних засобів.

В сучасних умовах методика аналізу основних засобів потребує уточнення, доповнення та інтерпретації з урахуванням трансформаційних процесів економіки країни та впливу факторів зовнішнього середовища. Подальшого вивчення потребує комплекс питань, пов'язаних з визначенням впливу якості інформаційного забезпечення на ефективність аналізу господарської діяльності, обґрунтованість прийняття управлінських рішень та пошук внутрішніх джерел економічного зростання підприємства.

Отже, таким чином можна сформулювати потужну аналітичну основу для прийняття управлінських рішень у сфері відтворення основних засобів.

На даний час система відтворення основних засобів сільського господарства залишається на низькому рівні. Враховуючи незадовільний стан основних засобів та обмеженість фінансових ресурсів аграрних підприємств України, є необхідною розробка стратегії фінансового забезпечення відтворення основних засобів як на мікрорівні, так і на макрорівні.

Тому поряд із власними коштами підприємствам необхідно використовувати і зовнішні джерела фінансування, такі як лізинг та банківські кредити. Сформована ситуація вимагає розробки та прискореного практичного вжиття заходів щодо реалізації елементів сприятливої амортизаційної, цінової та інвестиційної політики, дієвої державної підтримки аграрної галузі на засадах їх узгодження та консолідації. Вважаємо, що лише вжиття означених заходів забезпечить зростання ефективності використання основних засобів у сільськогосподарських підприємствах як у найближчій, так і у віддаленій



перспективі.

Процес відтворення основних засобів підприємства, кінцевою метою якого є забезпечення максимально ефективного використання всіх його складових елементів при мінімальних витратах на їх утримання та обслуговування, потребує стратегічного управління.

Проведений аналіз свідчить про низький рівень технічного оновлення виробничих засобів підприємств, а також незначну віддачу від їх використання, що породжує проблему ефективності використання основних засобів основними причинами якої виступають:

➤ вичерпаний потенціал екстенсивних факторів, що спрямовувались на підвищення ефективності використання основних засобів;

➤ нестача у суб'єкта господарювання власних фінансових ресурсів та висока вартість техніки, що зумовлює низькі темпи оновлення основних засобів.

Тому поліпшити ситуацію з використанням основних засобів та виробничих потужностей можна за рахунок інтенсивного шляху їх використання та змін в науково-технічній та амортизаційній політиці:

✓ здійснення технічного переозброєння, підвищення рівня відновлення основних засобів;

✓ створення ефективних стимулів для підприємств до впровадження нової техніки, технології за рахунок цілеспрямованого використання прибутку та амортизаційного фонду, без яких неможливо реалізувати програми переведення економіки на інноваційний шлях розвитку;

✓ за умови тривалого часу використання основних засобів потрібно проводити індексацію основних засобів, що допоможе не втрачати первинної ринкової вартості основних засобів та повернення авансованих витрат на придбання основних засобів.

Також варто звернути увагу на вдосконалення нормативно-правової бази, яка регламентує фіскальну та економічну системи амортизації, на створення умов з метою нагромадження додаткових інвестиційних ресурсів за рахунок податкових пільг, а також на приведення оцінки основних засобів у відповідність до їх реальної вартості.

Важливим фактором покращення ефективності роботи підприємств в цілому виступає сумлінне та професійне ставлення до праці самих працівників. Контролювання ними стану основних засобів впливає на виробничий процес, адже машини, устаткування та будівлі потребують бережної експлуатації.

Особливу увагу варто приділити модернізації та реконструкції основних засобів, процесу інноваційного відтворення виробничих засобів та добору обслуговуючого персоналу з метою підвищення ефективності. Тільки в процесі злагодженої роботи кожної ланки виробництва можна досягнути високих результатів.

На сучасному етапі одним з найважливіших завдань є оновлення технічних засобів, створення та введення в експлуатацію більш сучасних та досконалих зразків, які б забезпечили підвищення якості і конкурентоспроможності послуг.

Проведений аналіз дає можливість стверджувати, що оцінювання

технічного стану основних засобів є необхідною умовою для розробки заходів щодо формування фінансових ресурсів для відтворення їх виробничої потужності. Покращення стану основних засобів можливе тільки завдяки їх оновленню та проведенню інноваційної модернізації. В процесі проведеного дослідження виявлено негативну тенденцію зростання зносу основних засобів, а також низку проблем, пов'язану з їх оновленням.

Таким чином, детальний аналіз стану та використання основних засобів показав: по-перше, основні засоби відіграють визначальну роль у формуванні економічних показників розвитку підприємства; по-друге, високий відсоток фізичного зносу та рівень моральної зношеності основних засобів потребує застосування інноваційних механізмів оцінки (переоцінки) вартості об'єктів та прогресивної амортизаційної політики, що в комплексі буде позитивно впливати на процес відтворення основних засобів та прискорить окупність інвестицій.

Для того, щоб використання основних засобів було справді економічно вигідним та ефективним, необхідно стежити за його технічним станом; залучати фахівців під час проведення складних ремонтів; вивчати ринки виробництва; залучати спеціалістів маркетингового відділу; підвищувати рівень спеціалізації виробництва; усувати простой; здійснювати модернізацію, реконструкцію та модифікацію виробничого обладнання; поліпшувати склад, структуру й стан основних фондів підприємства; застосовувати нові технології; вдосконалювати планування, управління й організацію праці та виробництва; знижувати фондомісткість; підвищувати фондівіддачу та продуктивність праці на підприємстві.

Реалізація вищенаведених дій дасть змогу удосконалити організацію та методику аналізу основних засобів, підвищити їх інформативність та прогнозувати ефективність використання засобів праці на підприємстві.

#### **Список використаних джерел:**

1. Круш П. В., Подвігіна В. І., Клименко О. В. Капітал та основні засоби підприємства: [навч. посіб.]. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 166 с.
2. Покиньчерда В. В. Обліково-аналітичне забезпечення управління основними засобами підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №17. С. 5-11.
3. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства. Київ: КНЕУ, 2001. 128 с.
4. Федорова В. А., Соловйова О. А. Економіка підприємства та міжнародних компаній: [навч. посіб.]. Київ: ЦУЛ, 2008. 416 с.
5. Шарманська В. М., Вітюк В. В. Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами та ефективності їх використання. *Молодий вчений*. 2018. № 1(53). С. 550-552.

**Ремига Я.С.**, студентка

**Науковий керівник: Сук П.Л.**, д.е.н.,

професор

ВП НУБіП України «Ніжинський

агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

На всіх етапах розвитку бухгалтерського обліку визначення фінансового результату майже беззаперечно визнавалося основною метою обліку. У різні часи

у центрі уваги обліковців знаходилися прибуток і методика його розрахунку. У зв'язку із цим поставало багато проблем, пов'язаних із його визначенням, обліком та відображенням у звітності.

Головною метою створення та подальшої діяльності будь-якого господарюючого суб'єкту незалежно від виду його діяльності чи форми власності є отримання кінцевого фінансового результату, тобто прибутку. Достовірність формування фінансового результату є основою принципів і правил бухгалтерського обліку, обов'язкового дотримання яких вимагає законодавча база, зокрема концептуальні основи складання та подання фінансових звітів, Міжнародні стандарти фінансової звітності, Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку [1].

Фінансовий результат є визначальним критерієм ефективності господарювання, виступає центральною категорією в економіці кожного господарства, а тому навколо цього поняття завжди відбувалися дискусії як серед економістів, так і серед бухгалтерів.

Сьогодні існують деякі проблеми в обліку фінансових результатів, а саме в тому, що за П(С)БО та за податковим законодавством отримуються різні показники прибутку, тому необхідно дослідити та вирішити проблеми практичної реалізації методики узгодження бухгалтерського та податкового прибутку. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» дає таке визначення доходів: це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників) за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Щодо економічної вигоди, то, згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», вона визначається як потенційна можливість отримання підприємством грошових коштів від використання активів. Витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками).

Поняття фінансового результату тісно пов'язане з поняттями прибутків та збитків; вважається, що прибуток є синонімом фінансового результату. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, вдосконалення його техніко-технологічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Вся діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні його стабілізацію на певному рівні. Це найпростіша і водночас найскладніша категорія ринкової економіки. Її простота визначається тим, що вона є стрижнем і головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців у цій економіці [3].

На сьогоднішній день існує два принципові підходи до розрахунку фінансових результатів підприємства, які мають деякі модифікації у різних країнах світу:

1) метод порівняння доходів і витрат (метод «витрати – випуск»): передбачає визначення прибутку (збитку) згідно з принципом нарахування та відповідності доходів і витрат, тобто як різниця між доходами і витратами звітного періоду. Отже, порівнюються доходи з витратами, які були понесені для отримання цих доходів. Визначення фінансового результату за методом «витрати – випуск» передбачає існування двох способів: – перший спосіб називають «лінійним», тобто він передбачає порівняння випуску з минулими витратами з відображенням знову створеної вартості загальною сумою з наступною деталізацією; – другий спосіб використовується у бухгалтерському обліку з відображенням по дебету споживання підприємством минулої праці і сторонніх витрат та знову створеної вартості за її елементами;

2) метод порівняння капіталу (або метод зміни чистих активів): передбачає визначення приросту власного капіталу у звітному періоді як різниці між сумою власного капіталу на кінець і на початок звітного періоду, тобто якщо власний капітал на кінець звітного періоду збільшується, то підприємство отримує прибуток, а якщо навпаки – збиток [2].

Для обліку фінансових результатів використовують рахунки 79 «Фінансові результати» та 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)». Якщо рахунок 79 «Фінансові результати» є номінальним і на кінець звітного періоду закривається (сальдо немає), то рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» є пасивним і його сальдо відображається в балансі. Визначений фінансовий результат за рахунком 79 «Фінансові результати» переносять на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», при цьому дебетують рахунок 79 «Фінансові результати» і кредитують рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)». Визначений фінансовий результат за рахунком 79 «Фінансові результати» переносять на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», при цьому дебетують рахунок 79 «Фінансові результати» і кредитують рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)».

На рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» ведеться облік нерозподілених прибутків чи непокритих збитків поточного та минулих років, а також використаного в поточному році прибутку. За кредитом рахунка відображають отримання та збільшення прибутку від усіх видів діяльності, а за дебетом – збитки та використання прибутку.

Ключовим елементом організації і реалізації моделі управління прибутком суб'єкта господарювання є визначення стратегії управління. У цілому стратегія є узагальнюючою сукупністю окремих взаємозв'язаних дій, реалізація яких є необхідною для досягнення встановлених довгострокових цілей шляхом координації і розподілу ресурсів. Відповідно, стратегія дає змогу визначити особливості і ключові параметри формування і реалізації моделі управління прибутком на конкретному підприємстві виходячи зі специфіки його фінансово-господарської діяльності. Головним індикатором управління прибутком виступають показники прибутковості, які відбивають рівень відносної ефективності результатів фінансово-господарської діяльності підприємства порівняно з витратами, пов'язаними з отриманням таких результатів [1].

Механізм розподілу прибутку має бути побудований так, щоб цілком сприяти підвищенню ефективності виробництва, стимулювати розвиток нових форм господарювання. Багато вчених вважають головним напрямом, що забезпечує успіх та досягнення цілей управління підприємством в умовах ринкової економіки, управління якістю прибутку. Процес управління здійснюється шляхом реалізації функцій планування, прогнозування, аналізу, організації, мотивації і контролю. «Управління якістю – це цілеспрямований процес скоординованого впливу на об'єкти управління для встановлення, забезпечення і підтримки необхідного його рівня якості, що забезпечує вимоги споживачів та суспільства в цілому».

Для вдосконалення формування прибутку підприємства та економічного обґрунтування його потреби пропонуємо здійснювати планування розподілу прибутку в такому порядку:

1. Визначення потреби у прибутку за напрямками його використання.
2. Формування цільової структури розподілу прибутку.
3. Визначення пріоритетності у використанні прибутку за окремими напрямками використання.
4. Балансування потреби у прибутку за напрямками його використання з можливостями отримання прибутку під час здійснення господарсько-фінансової діяльності підприємства [2].

Отже, можна стверджувати, що фінансовий результат є досить складною та багатовимірною категорією. Фінансовий результат у формі прибутку виступає головною метою діяльності підприємства на ринку та одним із ключових показників, який визначає ефективність його діяльності. Проблеми обліку фінансових результатів на сьогоднішній день є недостатньо вирішеними та потребують удосконалення.

#### *Список використаних джерел:*

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Скасюк Р.В. Сутність і значення фінансових результатів у системі розвитку господарської діяльності промислових підприємств / Р.В. Скасюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal1/natura1/npkntu\\_e](http://www.nbu.gov.ua/portal1/natura1/npkntu_e).
3. Губарик О.М. Фінансовий облік в управлінні доходами і фінансовими результатами в діяльності підприємства / О.М. Губарик, А.М. Корінь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/172.pdf>.

**Рибак Х.В.**, студентка

**Науковий керівник: Королюк Т.М.,**

к.е.н., доцент

Тернопільський національний технічний  
університет ім. І. Пулюя, м. Тернопіль, Україна

### **ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ДОХІД»**

Доходи як економічна категорія відіграють важливе місце в управлінні підприємством, так як зумовлюють визначальний вплив на розмір фінансового

результату діяльності підприємства. Крім цього, доходи використовуються в процесі визначення цінової політики підприємства, для оцінки ефективності господарювання та відображають рівень технології та організації виробництва.

Вивчення існуючих підходів до визначення поняття «дохід» свідчить про різноманітність думок та підходів. Так, Панчишин С. та Холод Н. визначають доходи населення як сукупність грошових коштів і натуральних надходжень, які домогосподарства отримали за певний період. У перехідній економіці їхня структура є досить складною. Це зумовлено наявністю в економіці різних форм власності, вплив яких на процес формування, розподілу і перерозподілу доходів є достатньо вагомим [1, с. 8].

Ватаманюк З. та Панчишин С. вважають, що в якості доходів домогосподарств або особистих доходів виступають суми грошових коштів та продуктів, що отримані або вироблені домогосподарствами за певний період часу, в основному, за рік [2, с. 153]. На думку Ленецької Т. І., в якості доходів населення виступає сукупність коштів і витрат у натуральному вираженні і, як результат, підтримується фізичний, моральний, економічний й інтелектуальний стан людини [3]. Оганян Г. А. визначає доходи лише як грошові надходження і вважає, що дохід домогосподарства – це загальна сума грошей, яку отримала особа або родина протягом певного періоду (як правило, за рік) [4].

Лозинська С. під терміном «дохід» розуміє джерела доходу, зокрема до доходів населення включаються нараховані у грошовій та натуральній формі заробітна плата, прибуток та змішаний дохід, одержані доходи від власності, соціальні допомоги та інші поточні трансферти [5, с. 105]. Савенко О. Л. визначає доходи населення в якості соціально-економічної категорії і вважає, що вони характеризують стосунки в суспільстві щодо присвоєння, використання та розподілу створюваного продукту [6].

Бухгалтерське визначення доходів, подане у НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», визначає доходи як збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників) [7].

Більш узагальнене визначення доходів подано в МСБО 18 «Дохід», зокрема доходи – це валове надходження економічних вигод протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників власного капіталу [8].

Пушкар М. С. вважає, що дохід є потоком грошових та інших надходжень за одиницю часу і складається з таких по факторних елементів, як прибуток, заробітна плата, процент і рента [9, с. 389].

В праці Сопка В. В. дохід є валовим припливом (надходженням) економічної вигоди протягом звітного періоду, що виникає у процесі звичайної діяльності підприємства [10, с. 403].

Тарнавська Н. П. визначає дохід як гроші або матеріальні цінності, що отримані від виробничої, комерційної, посередницької чи іншої діяльності особою, підприємством чи країною протягом певного проміжку часу [11, с. 436].

Дерій В. А. стверджує, що дохід – це економічна категорія, що означає одержання підприємством певних активів (грошей, матеріальних ресурсів) чи зменшення сум зобов'язань, які спонукають до збільшення сум власного капіталу (за мінусом збільшення сум капіталу з внесків власників або учасників) [12, с. 28].

На думку Камінської Т. Г. доходами організації є збільшення економічних вигод протягом звітного періоду внаслідок надходження активів і/або підвищення їх вартості, і/або зменшення зобов'язань, які приводять до збільшення капіталу організації, за винятком внесків власників [13].

На основі вивчення праць науковців щодо сутності поняття «дохід» можна стверджувати, що кожне з наведених трактувань залежить від різних його аспектів (економічного, соціального, облікового) та відображає власне бачення різних науковців. В цілому дохід виступає отриманими засобами підприємства як результат його діяльності за звітний період.

#### **Список використаних джерел:**

1. Доходи та заощадження в перехідній економіці України / За ред. С. Панчишина та М. Савлука. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2003. 406 с.
2. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка : навч. посіб. / За ред. З. Г. Ватаманюка та С. М. Панчишина. Київ : Альтернативи, 2001. 606 с.
3. Ленейко Т. І., Шапошнікова Т. С., Толстікова О. В. Економіка праці : Навч. посіб. Харків : Видавництво ХНЕУ, 2006. 137 с.
4. Політична економія : навч. посіб. / Г. А. Оганян, В. О. Паламарчук, А. П. Румянцев та ін. ; За заг. ред. Г. А. Оганяна. Київ : МАУП, 2003. 520 с.
5. Лозинська С. І. Значення доходів населення у формуванні економічного зростання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика.* 2009. № 649. С. 104–109.
6. Савенко О. Л. Деякі аспекти вивчення доходів населення України в сучасних умовах. *Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць.* 2000. Вип. 9. С. 133–136.
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення: 19.10.2019).
8. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 (МСБО 8) «Дохід». URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_020](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020) (дата звернення: 19.10.2019).
9. Пушкар М. С. Фінансовий облік : підруч. Тернопіль : Карт-бланш, 2002. 628 с.
10. Сопко В. В. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2000. 578 с.
11. Нападовська Л. В. Управлінський облік: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Книга, 2004. 544 с.
12. Дерій В. А. Витрати і доходи підприємств у системі обліку та контролю: монографія. Тернопіль : ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. 272 с.
13. Камінська Т. Г. Взаємозв'язок доходів і витрат як категорій оціночних характеристик руху капіталу в обліку. *Науковий вісник НУБіП України: зб. наук. праць.* 2010. Вип. 154. С. 170-178.

**Романченко Я.А.**, магістрант  
**Науковий керівник: Герасимович А.М.**,  
д.е.н., професор  
ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ПО БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТАХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Найважливішою умовою кваліфікованого проведення аудиторської перевірки є її документальне оформлення.

Для перевірки кредитних операцій аудитору потрібно запитати підтвердження банків за всіма рахунками, кредитні договори та додатки до них. За кредитним договором аудитор з'ясовує, які об'єкти прокредитовані, умови отримання і погашення кредиту, ставки відсотків за кредит, їх підвищення та зниження, розмір власних оборотних коштів, спрямованих підприємством на формування матеріальних запасів і виробничих витрат, зобов'язання щодо застави, джерела погашення кредиту, строки, на які надається кредит, інші умови кредитування та взаємовідносин підприємства з банком.

Робочі документи кредитування містять повну та деталізовану інформацію відповідно щодо кожного позичальника (юридичної або фізичної особи), а саме:

- дані щодо позичальника (назва (або П.І.Б.) позичальника; адреса; код ЄДРПОУ (або ідентифікаційний код); поточний, позичковий рахунки; рахунок нарахованих доходів; рахунки обліку позабалансових зобов'язань, застави; загальна заборгованість позичальника за усіма кредитами; основна характеристика діяльності позичальника (або місце роботи позичальника));
- повна інформація щодо надання кредиту (номер та дата кредитної угоди; зазначається кредит або кредитна лінія; дата надання кредиту; первісна сума та строк погашення кредиту; остання пролонгація кредиту та кількість пролонгацій; заборгованість на звітну дату за кредитом, нарахованими, простроченими, сумнівними відсотками; залишок заборгованості кредитної лінії на позабалансовому рахунку; максимальна кількість днів прострочки; кількість випадків прострочки; первісна, діюча відсоткова ставка; періодичність погашення відсотків; мета кредиту; джерело погашення;
- остаточні строки погашення основного боргу);
- дані щодо керівника та головного бухгалтера позичальника - юридичної особи;
- дані стосовно засновників юридичних осіб (частка у статутному капіталі; ідентифікація);
- відмітка щодо наявності повного пакета документів в кредитній справі (заява на кредит; рішення кредитного комітету; перевірка стану зберігання заставленого майна; звітність позичальника; аналіз фінансового стану позичальника; установчі документи (для юридичних осіб) тощо);



- оцінка фінансового стану позичальника (згідно балансових даних юридичної особи; довідки про доходи фізичної особи тощо);
- дані щодо забезпечення кредиту (застава (предмет застави, вартість, номер та дата договору, його нотаріальне посвідчення, назва заставодавця тощо) або порука, гарантія, договір страхування);
- заходи, що прийняті банком з погашення кредитної заборгованості;
- зауваження аудитора до кредитної справи клієнта;
- відмітка аудитором оцінки обслуговування боргу, фінансового стану позичальника та відповідної класифікації загальної заборгованості за кредитом.

Вищезазначені робочі документи доцільно віднести до постійних, які при кожній перевірці аудитором будуть заповнюватися. За призначенням вони мають: інформативний, перевірочний, розрахунковий, порівняльний, аналітичний та підтверджувальний характер. Інформація наведена у даних робочих документах в подальшому, при здійсненні перевірки буде корисною для аудиторів.

Міжнародним стандартом аудиту 230 «Аудиторська документація» вимагається обов'язкове документування проведеної перевірки, документальне оформлення інформації, яка може використовуватись як аудиторські докази, що підтверджують (обґрунтовують) висновок аудитора про фінансову звітність [78].

Своєчасна підготовка достатньої та прийнятної аудиторської документації допомагає підвищити якість аудиту. Бажано, щоб така документація була підготовлена у процесі проведення аудиту, а не після його завершення, оскільки момент складання робочих документів визначає їхню точність та доказовість.

Аудитор повинен документально оформити відомості, які є важливими з точки зору формування доказів, які підтверджують аудиторський висновок, а також докази того, що аудит проводився у відповідності з МСА.

Документація аудитора - це робочі документи, які складаються аудитором та для аудитора або які отримані та зберігаються аудитором у зв'язку з проведенням аудиту.

Згідно з МСА 230, аудиторська документація – це запис виконаних аудиторських процедур, отриманих доречних аудиторських доказів і висновків, яких дійшов аудитор (іноді вживають такі терміни як робочі документи аудитора) [78].

Іншими словами – це всі записи, зроблені аудитором у процесі планування та здійснення перевірки, надані документальні підтвердження підприємством-клієнтом та третіми особами, занотовані матеріали співбесід, усного опитування, огляду а також матеріали узагальнення даних аудиту і висловлення думки про фінансову звітність.

Документування аудиту регулюється низкою МСА:

- МСА 200 «Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до Міжнародних стандартів аудиту».
- МСА 220 «Контроль якості аудиторської звітності».
- МСКЯ 1 «Контроль якості для фірм, що виконують аудити та огляди фінансової звітності, інші завдання з надання впевненості та супутні послуги».

- МСА 315 «Ідентифікація та оцінка ризиків суттєвих викривлень».

Перевірка документації дає змогу дослідити якість роботи аудиторів простіше, чіткіше та об'єктивно. На основі документів можна переконатись у виявлених проблемах фінансової звітності клієнта, а також чи мають аудиторський атестат особи, які підписали робочі документи, чи досвідчений і атестований працівник завізував робочий документ, підготовлений асистентом, тощо.

Завершення аудиторської перевірки завжди підсумовується складанням документа, що має назву аудиторський звіт. Проте в Україні такий підсумковий документ тривалий час мав іншу назву – аудиторський висновок.

Процес підготовки і написання аудиторського висновку (довідки) має декілька етапів: групування і систематизація виявлених відхилень та узагальнення аудиторської інформації.

Аудиторський висновок складається з урахуванням стандартів проведення аудиту, визначених нормативно-правовими актами Національного банку України і підписується керівником служби внутрішнього аудиту банку.

Аудиторський звіт складається з метою донесення думки аудитора про перевірену ним звітність до її зовнішніх користувачів, власників, адміністрації підприємства. Основною вимогою до аудиторського звіту є його зрозумілість і доступність сприйняття. Тому структура аудиторського звіту і формулювання, які використовуються в ньому (залежно від його виду), повинні бути одноманітними, типовими.

#### *Список використаних джерел:*

1. Гуцаленко Л. В. Внутрішньогосподарський контроль: навч. Посібник. Київ, 2014. 496 с.
2. Нікітчук К.М. Аудиторські процедури як основи контролю розрахунків із постачальниками і підрядниками. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. випуск 4 (04). URL: <http://easterneurope-ebm.in.ua>.
3. Томчук О. В. Сучасний стан і тенденції розвитку аудиторської діяльності в Україні. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 4. С. 32-42.

**Савастєєва О.М.** к.е.н., доцент кафедри  
фінансів, банківської справи та страхування  
ОНУ імені І.І.Мечникова, м.Одеса, Україна

## **АНАЛІЗ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ВІДПОВІДНИХ ВИПЕРЕДЖАЛЬНИХ ІНДИКАТОРІВ ДІЛОВИХ ОЧІКУВАНЬ**

В сучасних умовах господарювання ділова активність є поняттям, що узагальнює та характеризує динаміку розвитку підприємств на довгострокову перспективу; ділова активність представляє собою комплексну характеристику сукупних зусиль, націлених на забезпечення сталого розвитку і досягнення певних результатів у різних напрямках діяльності. Як зазначають Матковський

С.О., Гринькевич О.С., Сорочак О.З., Гальків Л.І., Прокопович-Павлюк І.В., основними цілями оцінки та аналізу ділової активності підприємств є здійснення ефективних управлінських рішень з метою забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності за умов ринкового середовища [1]. До того ж, ділова активність є досить широким поняттям та охоплює всі вектори господарської діяльності. Саме тому ефективний фінансовий менеджмент на підприємстві обов'язково спирається на результати аналізу ділової активності.

В практичному аспекті аналіз ділової активності на підприємстві реалізується безпосередньо на якісному та кількісному рівнях. Здійснення фінансового аналізу на якісному рівні відбувається шляхом оцінювання підприємства на підставі порівняння з іншими суб'єктами господарювання, що мають схожі, а значить зіставні умови підприємницької діяльності: галузь економіки, ринки збуту продукції, структуру капіталу та ін.; або з корпорацією, що має найкращі показники діяльності (бенчмаркінг). Така якісна оцінка передбачає перелік певних критеріїв оцінки.

Необхідно зазначити, що при здійсненні оцінки ділової активності підприємства не варто застосовувати лише якісні параметри, адже у них є суттєвий недолік – вони можуть мати досить суб'єктивний характер, не підтверджуються конкретними одиницями виміру, внаслідок чого неможливо відслідкувати їх динаміку. Саме тому фахівці поряд із якісними критеріями оцінки виокремлюють певний набір кількісних критеріїв, які відповідно представляють собою економічні показники та коефіцієнтів, що створюють можливість провести точний та детальний аналіз ділової активності підприємства. Практика фінансового аналізу виділяє наступні напрями для здійснення такого виду оцінки:

- 1) за ступенем виконання бізнес-плану на підставі аналізу відповідних показників;
- 2) за рівнем ефективності використання матеріальних та фінансових ресурсів.

У фінансовій літературі показниками (коефіцієнтами), що формують ґрунтовне уявлення щодо рівня ділової активності підприємства, є такі коефіцієнти, як коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, строк погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей, коефіцієнт оборотності матеріальних запасів, тривалість операційного циклу, тривалість фінансового циклу, коефіцієнт оборотності основних засобів, період обороту чистого робочого капіталу, коефіцієнт оборотності чистого робочого капіталу, коефіцієнт оборотності власного капіталу.

Водночас необхідно зазначити, що в сучасних умовах значення особливої актуальності набуває формування індикаторів ділових очікувань суб'єктів господарської діяльності, які застосовуються для дослідження періодів зростання та спаду економічного розвитку з місячною або кварталною періодичністю, а також передбачати поворотні точки.

Вимоги, що містить Спеціальний стандарт поширення даних Міжнародного валютного фонду передбачають впровадження випереджальних індикаторів (Forward-looking indicator(s) (FLIs)) як рекомендованої категорії даних [2]. Розрахунок індикаторів ділових очікувань (індикатори ділової впевненості у промисловості, будівництві, роздрібній торгівлі, сфері послуг, сфері фінансових послуг; індикатор споживчої впевненості; індикатор ділового клімату; індикатор економічних настроїв) здійснюється на підставі даних обстежень ділової активності підприємств промисловості, будівництва, роздрібною торгівлі, сфери послуг та даних щодо очікувань споживачів, що надходять із зовнішніх джерел, та на підставі методології країн Європейського союзу.

Так, за даними Національного банку України щодо дослідження індексу ділової активності у другому кварталі 2019 року майже третина українських підприємств – 29,5% – розраховує на поліпшення свого фінансово-економічного стану впродовж наступних 12 місяців. Рівень ділової активності підприємств залишається високим: індекс ділових очікувань на наступні 12 місяців становить 117,8% (у попередньому кварталі – 119,7%). Майже третина компаній – 29,5% – очікує поліпшення свого фінансово-економічного стану впродовж наступних 12 місяців, лише 6,6% – погіршення. Решта компаній не прогнозують змін. Найбільш оптимістично налаштовані компанії у сфері будівництва [3].

При цьому, власне збільшення ділової активності, прогнозують підприємства майже всіх видів економічної діяльності. Суб'єкти підприємницької діяльності розраховують на позитивну динаміку аналітичних показників фінансово-економічного стану своїх підприємств, завдяки зростанню обсягів виробництва та розширенню ринків збуту продажу продукції, зокрема, в інших країнах. З цією метою корпорації планують збільшити обсяг інвестицій в обладнання та залучати значні кредитні ресурси.

Майже 40% компаній прогнозують зростання обсягів продажу впродовж наступних 12 місяців. Лише 9,8% очікують їх зниження. Найбільш оптимістично налаштовані підприємства будівництва, сільського господарства, переробної промисловості та торгівлі. Третина компаній очікує зростання експорту. Водночас, бізнес знизив очікування щодо підвищення зарплати працівникам. Зросла частка компаній (з 25,4% до 33,7%), які прогнозують незмінність видатків на оплату праці упродовж наступних 12 місяців. Натомість, до 65,4% скоротилася частка компаній, які вважають, що їхні видатки на оплату праці працівників упродовж наступних 12 місяців зростуть (у попередньому опитуванні – 74,1%). Менше одного відсотка компаній прогнозують зниження зарплат. Частка компаній, що планують залучати кредити упродовж наступних 12 місяців, зросла до 41,5% (з 38,2% квартал тому). Найбільше таких підприємств у переробній промисловості, а також в енерго- та водопостачанні. Основними факторами, що за оцінками бізнесу обмежують спроможність нарощувати виробництво, залишаються високі ціни на енергоносії, а також на сировину та матеріали [3].

Підсумовуючи викладене, а також результати попередніх досліджень щодо методології аналітичної роботи на підприємстві [4], необхідно зазначити наступне. Ділова активність суб'єкта господарювання за сучасних ринкових умов

на сьогодні представляє собою інтегральну характеристику підприємства стосовно його відповідності об'єктивним економічним умовам, що склалися в певний момент часу. Саме ділова активність охоплює основні вектори, спрямовані на підвищення рівня конкурентоспроможності. Окрім того, в сучасних умовах моніторинг стану ділової активності, який здійснюють фінансові менеджери на підприємстві з метою прийняття ефективних управлінських рішень на рівні суб'єкта господарювання, набуває особливого значення, оскільки результати цього моніторингу використовуються для оцінки підприємством перспектив власного розвитку, а шляхом інтеграції цих даних у індекс ділової активності, створюють основу для прогнозування тенденцій макроекономічних показників на довгостроковий період.

**Список використаних джерел:**

1. Матковський С.О., Гринькевич О.С., Сорочак О.З., Гальків Л.І., Прокопович-Павлюк І.В. Статистика підприємств: навч. пос. / За ред. С. О. Матковського. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2013. – 560 с., с. 314
2. The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys: User Guide. – Brussels: European Commission, Directorate General for Economic and Financial Affairs, 2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/db\\_indicators/surveys/documents/bcs\\_user\\_guide\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/documents/bcs_user_guide_en.pdf)
3. Третина підприємств очікує на покращення фінансового стану — НБУ. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2741902-tretina-pidpriemstv-ocikue-na-pokrasenna-finansovogo-stanu-nbu.html>
4. Савастеева О.М. Методи аналізу ймовірності банкрутства як один з основних елементів антикризового менеджменту // Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості [Електронний ресурс]: Зб.матеріалів Міжнародної науково – практичної конференції; 19 квітня 2019р. – Київ: КНЕУ, 2019. – 352 с., с.271-274.

**Савельєва Т. В., студентка**  
**Науковий керівник: Волчек Р. М.,**  
к.е.н., доцент  
Одеський національний економічний  
університет  
Одеса, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Проблематика, пов'язана з аудитом основних засобів підприємств, за сучасних умов розвитку вітчизняної економіки є надзвичайно важливою. Її актуальність посилюється нині і з огляду на суттєві зміни, які відбуваються в рамках реалізації стратегічного курсу України на інтеграцію до європейського та світового економічного простору.

Згідно з П(С)БО 7, основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує, щоб використовувати у виробництві або під час надання послуг, здавати в оренду іншим особам або здійснювати адміністративні та соціально-культурні функції, очікуваний строк використання (експлуатації) яких більше одного року (чи операційного циклу, якщо він перевищує рік). [1].

Вагомий внесок в розробку теоретичних основ та методичних підходів до аудиту основних засобів внесли провідні вчені-економісти: М. Білуха, Ф. Бутинець, В. Сопко, Л. Сук, Б. Усач та інші. Їх роботи свідчать про те, що існує ще багато невирішених питань у сфері обліку та аудиту основних засобів. Так як основні засоби є невід'ємною частиною будь-якого підприємства, необхідно контролювати оцінку основних засобів, перевіряти правильність нарахування зносу основних засобів, визначати витрати на їх ремонт.

Внутрішній аудит – це одна з функцій управління, розроблена керівництвом система контрольних процедур з поточного та подальшого контролю бізнес-процесів, що здійснюється працівниками спеціалізованого структурного підрозділу компанії.

Служба внутрішнього аудиту створюється на підприємстві для виконання контрольних функцій у залежності від мети і завдань, покладених на внутрішніх аудиторів керівництвом підприємства. Внутрішні аудитори залежні та підпорядковані вищому керівництву, вони проводять перевірки планові і позапланові перевірки за вказівкою керівництва. За результатами своєї роботи складають звіт про проведену роботу, звітують перед керівництвом, дають оцінку, рекомендації, поради та інформацію.

Для вирішення поставлених завдань внутрішнім аудиторам необхідно розробити комплексну технологію проведення перевірки операцій з основними засобами. Технологія проведення внутрішнього аудиту повинна складатися з визначення класифікації та особливостей групування основних засобів, інформаційного забезпечення, яке спрямоване на розкриття питань, пов'язаних з проведенням аудиту, а також виділенням основних етапів та напрямів проведення перевірок за планом та програмою внутрішнього аудиту.

Виділити основні порушення операцій з обліку основних засобів та отримати аудиторські докази можливо за допомогою наступних методів внутрішнього аудиту:

- інвентаризації, яка використовується для підтвердження фактичної наявності та стану основних засобів. В ході перевірки аудитори можуть самі здійснювати інвентаризацію або спостерігати за процесом її проведення;
- перерахунку даних для підтвердження достовірності арифметичних підрахунків з обліку основних засобів, відповідності їх кількості, відображених в первинних документах і облікових реєстрах бухгалтерського обліку;
- підтвердження, яке використовується для отримання інформації про правильне відображення в бухгалтерському обліку проведених господарських операцій на рахунках обліку основних засобів;
- перевірки дотримання правил обліку окремих господарських операцій, яка застосовується при контролі за обліковими роботами, що виконуються бухгалтерією та кореспонденцією рахунків з руху основних засобів;
- усного опитування, яке використовується в ході отримання відповідей на запитання аудитора для попередньої оцінки стану обліку основних засобів;
- перевірки документів, яка застосовується аудитором для підтвердження правильності відображення в бухгалтерському обліку надходження, наявності і

вибуття основних засобів, а також обґрунтованості їх оцінки і своєчасності відображення в регістрах бухгалтерського обліку;

– дослідження використовується в ході перевірки операцій, відображених в первинному обліку, журналах-ордерах, відомостях, Головній книзі, фінансовій звітності. Особливу увагу слід приділяти відповідності сум оборотів і залишків в регістрах синтетичного і аналітичного обліку;

– аналітичні процедури застосовуються при зіставленні наявності основних засобів в різні періоди, даних звіту про їх рух з даними бухгалтерського обліку при оцінці співвідношень між різними статтями звіту і порівнянні їх з даними за попередні періоди. [2]

Отже, функціональними завданнями аудиторської перевірки основних засобів є одержання аудиторських доказів з метою висловлення незалежної думки стосовно того, що облік відповідає законодавчим і нормативним вимогам. На сьогоднішній день аудит як вид контролю є необхідним та обґрунтованим для успішного функціонування підприємства. Основні засоби займають велику частину у загальній вартості майна суб'єкта господарювання, саме тому важливого значення набувають питання їх ефективного використання.

#### *Список використаних джерел:*

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
2. Філозоп О. В. Організація процесу внутрішнього аудиту на підприємстві / О. В. Філозоп // Міжнародний збірник наукових праць. – 2009 – №1. – С. 28-32.

**Сирцева С.В.**, к.е.н., доцент

**Аванесова Е.С.**, студентка

Миколаївський національний аграрний  
університет, м. Миколаїв, Україна

## **ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ СКЛАДАННЯ ТА ПОДАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ**

На сучасному етапі розвитку економічних відносин, які передбачають інтеграційні процеси вітчизняних підприємств зі світовою спільнотою, особливої актуальності набуває процес формування обліково-аналітичної інформації, придатної для прийняття ефективних та якісних управлінських рішень.

Фінансова звітність залишається основним видом зовнішнього оприлюднення інформації про результати діяльності підприємства, однак вимоги до неї в розвинених країнах продовжують змінюватись. Тобто відбувається її трансформація. Стає необхідним об'єднувати фінансові та нефінансові звіти в єдину модель і структурувати стратегічні завдання компанії, орієнтуватися на підвищення якості взаємодії із зацікавленими сторонами. Саме таку інформацію і зможе надати інтегрована звітність.

Подана в інтегрованому звіті фінансова та нефінансова інформація повинна відповідати певним критеріям щодо кількості, якості, цінності та корисності.

Відповідно до Міжнародного стандарту з інтегрованої звітності підготовка інтегрованого звіту та формування інформаційного забезпечення враховує наступні принципи: стратегічної спрямованості та орієнтації на майбутнє; зв'язності інформації; суттєвості та стислості; повноти та надійності; постійності та співставності; реагування та залучення зацікавлених осіб [1].

Досить цікавим є перелік принципів, наведений у вимогах GRI 4.0: принципи змісту (взаємодія з зацікавленими особами, контекст стратегічного розвитку, суттєвість та повнота) та забезпечення якості звіту (збалансованість, співставність, точність, своєчасність, якість, надійність) [2].

На думку О.Кравченко, Н.Овчарової, окремі з цих принципів більш доречно відносити до складу якісних характеристик інформації (суттєвість та стислість, повнота та надійність, постійність та співставність). Разом з цим, дотримання лише цих принципів та вимог не дозволить в повній мірі забезпечити формування якісної інформаційної бази [3].

Тому необхідним є доповнити склад принципів інтегрованої звітності принципами, що визначають процес її підготовки, а саме: безперервність, періодичність, оперативність, доступність, можливість перевірки.

Для отримання системного уявлення щодо принципів формування інтегрованої фінансової звітності та розуміння її призначення, пропонуємо принципи об'єднати у наступні групи:

1. Принципи, що визначають зміст інтегрованої звітності:

- принцип стратегічної направленості та орієнтації на майбутнє, дотримання якого дозволить узгодити та пов'язати інформацію, що має бути представлена у фінансовій звітності;

- принцип взаємовідносин із зацікавленими сторонами передбачає, що інтегрована звітність має забезпечувати розуміння здатності створення цінності для інших зацікавлених сторін.

2. Принципи, що забезпечують якість інтегрованого звіту:

- кратність – у звітності мають бути представлені дії, а не процеси, необхідно уникати непотрібної інформації, обрати необхідний рівень деталізації інформації;

- достовірність повнота інформації – інформація у звітності має бути представлена без помилок, перекручень, приховування будь-яких важливих показників.

3. Принципи, що визначають процес підготовки інтегрованої звітності:

- принцип безперервності – процес підготовки інтегрованої звітності має бути безперервним незалежно від того, що звітність буде надаватись зацікавленим сторонам періодично;

- регулярність – підприємству слід самостійно визначити періодичність подання інтегрованої звітності та довести цю інформацію до всіх зацікавлених сторін.

- доступність – інтегрована звітність має бути доступна усім зацікавленим користувачам з метою задоволення їх інформаційних запитів.



Таким чином, розглянуті принципи визначають процес, зміст та якість інтегрованої звітності, націлені на реалізацію концепцій, на основі яких вона формується.

**Список використаних джерел:**

1. Міжнародні стандарти інтегрованої звітності. URL: <https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf> (дата звернення 20.10.2019).

2. Стандарти GRI: звітність у зрозумілому для інвесторів вигляді. URL: [http://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/FZ001041](http://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001041) (дата звернення 20.10.2019).

3. Кравченко О.В., Овчарова Н.В. Теоретичні та методичні засади формування інтегрованої звітності в Україні. Економіка і суспільство. 2016. Вип.6. С. 359-366.

**Стемковська І.В.**, старший викладач  
**Спяк І.А.**, магістр  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут», м. Бережани, Україна

## **ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА РАХУНКАХ В БАНКАХ**

Для вдосконалення обліку грошових коштів на рахунках в банках, ми пропонуємо запровадити на підприємствах систему «Клієнт-Банк». «Клієнт-Банк» є системою дистанційного банківського обслуговування поточних рахунків клієнтів, яка функціонує з використанням спеціального програмного забезпечення. Дану систему підтримує більшість комерційних банків України, в тому числі ПАТ «ПриватБанк», ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «Ощадбанк», ПАТ «ПУМБ» та ін.

Система «Клієнт-Банк» викликає зацікавленість у клієнтів, яким необхідно оперативно зараховувати – перераховувати кошти. Вона буде не тільки дуже зручна для підприємства при роботі з банком, але і послужить відмінною основою для ухвалення оперативних рішень. Також система просто життєво необхідна тим підприємствам, які здійснюють велику кількість платежів протягом операційного дня.

Одна з найбільших переваг системи «Клієнт-Банк» - економія часу. Після встановлення системи «Клієнт-Банк», миттєво збільшується оперативність проходження платежів і з'являється можливість швидко і раціонально розподіляти обов'язки своїх фахівців, залучати їх на важливіші ділянки роботи, не марнуючи час на доставку платіжних документів в банк [1, с. 239].

Система «Клієнт-Банк» є програмно-технічним комплексом, що володіє низкою функцій, необхідних підприємству для дистанційного керування своїм поточним рахунком в банку, а саме:

✓ можливість проводити платежі з свого рахунку в банку, не відвідуючи банк, з офісу на робочому місці, обладнаному персональним комп'ютером зі встановленим необхідним програмним забезпеченням;

✓ відстеження грошових коштів на поточному рахунку. Уповноважений

працівник підприємства може, не виходячи з офісу, контролювати рух коштів на поточному рахунку;

✓ отримання виписки з поточного рахунку, а також щоденних офіційних курсів іноземних валют Національного банку України;

✓ можливість вести довідник своїх контрагентів по платежах і довідник призначення платежу, які дозволяють швидше формувати платіжні документи. Відпадає необхідність заносити інформацію в кожен документ – готовий шаблон переноситься в платіжний документ з довідників;

✓ отримання від банку повідомлень про нові банківські послуги, поточні процентні ставки по кредитах і депозитах, іншу інформацію, яку банк вважає потрібним оперативно доводити до клієнтів. Клієнт також може звернутися до банку у будь-який момент часу, що забезпечує динамічність обміну інформацією між клієнтом і банком.

Перевагами системи «Клієнт-Банк» є:

➤ Оперативність – при використанні системи «Клієнт-Банк» збільшується швидкість проходження платежів. Висока оперативність обумовлена тим, що платіжне доручення в електронному вигляді готується один раз, і це робить не операціоніст банку, а працівник підприємства.

➤ Зручність – автоматизація підготовки платіжних доручень, меморіальних ордерів, заявок на переказ валюти і інших документів, максимальне наближення електронного виду документів до паперових аналогів значно спрощує користування системою. Як і паперові, електронні платіжні документи, що відправляються в банк, підписують посадові особи підприємства, але замість звичайного, використовується електронний підпис.

➤ Швидкість і мобільність – система «Клієнт-Банк» дозволяє контактувати з банком без обмежень в часі, оскільки технічні можливості більшості програмних комплексів дозволяють цілодобово відправляти документи в банк і переглядати отримані.

Останнім часом банківські платіжні картки (далі БПК) набувають усе більшої популярності як у підприємств, так і у приватних осіб. Адже це сучасний і універсальний, а головне – зручний платіжний засіб. На підприємствах було б за доцільне ввести використання БПК у двох напрямках: як корпоративну БПК і як зарплатну БПК.

Платіжна картка (зарплатна) – спеціальний платіжний засіб у вигляді емітованої в установленому законодавством порядку пластикової чи іншого виду картки, що використовується для ініціювання переказу коштів з рахунку платника або з відповідного рахунку банку з метою оплати вартості товарів і послуг, перерахування коштів зі своїх рахунків на рахунки інших осіб, отримання коштів у готівковій формі в касах банків через банківські автомати, а також здійснення інших операцій, передбачених відповідним договором.

Корпоративна платіжна картка – платіжна картка, яка дає змогу її держателю здійснювати операції за картрахунком юридичної особи або фізичної особи – підприємця.

Для того, щоб почати використовувати корпоративні БПК (далі – КБПК), підприємство має відкрити в банку поточний картрахунок. Банк має видати КБПК на ім'я довіреної особи підприємства. Таким чином, клієнт банку і власник картрахунка – юридична особа, а держатель КБПК – довірена особа, уповноважена керівництвом проводити розрахунки від імені підприємства. Працівник отримує корпоративну картку у користування на підставі довіреності. Банк відкриває єдиний картрахунок для підприємства з оформленням необхідної кількості пластикових карток, відповідно до кількості визначених керівництвом підприємства працівників, які зможуть її утримувати та використовувати для господарських цілей. Слід зауважити, що грошові кошти, які перебувають на картрахунку суб'єкта господарювання є цільовими.

Отже, розвиток даної форми безготівкових розрахунків зумовлює необхідність вивчення питання облікового відображення відповідних операцій. Звертаючись до чинного законодавства України в частині методики бухгалтерського обліку розрахунків корпоративними банківськими картками, було встановлено, що на сьогодні відсутні офіційні методичні рекомендації щодо обліку таких розрахунків. В Плані рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції по його застосуванню немає жодних згадувань про відповідний об'єкт обліку. Тому виникає потреба дослідження досвіду інших країн в частині методики обліку банківських карток та аналізу їх нормативно-правової бази.

Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій до рахунку 31, на якому ведеться облік наявності та руху грошових коштів, що знаходяться на рахунках в банку, передбачено наступні субрахунки: 311 «Поточні рахунки в національній валюті», 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті», 313 «Інші рахунки в банку в національній валюті», 314 «Інші рахунки в банку в іноземній валюті», 315 «Спеціальні рахунки в національній валюті», 316 «Спеціальні рахунки в іноземній валюті».

Як бачимо, окремого рахунку для обліку грошових коштів по картковому рахунку з корпоративними картками не виділено. Тому для удосконалення методики облікового відображення розрахунків з банківськими платіжними картками вважаємо за доцільне ввести субрахунок 317 «Грошові кошти на карткових рахунках». Аналітичний облік за даним субрахунком доречно вести за: видами валюти; номером кожної корпоративної банківської картки в межах окремого картрахунку; установами банків; матеріально відповідальними особами.

Кошти, списані з картрахунку, вважаються виданими підзвіт матеріально-відповідальній особі. Видача держателям банківських платіжних карток слід проводити на підставі розписки в отриманні або фіксації підписів МВО в спеціальному журналі. Також для забезпечення достовірного обліку руху отриманих корпоративних карток доречним є їх відображення на позабалансових рахунках як об'єктів суворого обліку.

Отже, вдосконалення обліку грошових коштів на рахунках в банку та перехід на дистанційну систему обслуговування «Клієнт-Банк» сильно вплине на мобільність та оперативність ведення розрахунків, звільнить частину часу

працівників для виконання ними інших обов'язків та полегшить процедуру як інвентаризації грошових коштів на рахунках в банку, так і контроль за розрахунками.

Таким чином, можна зробити висновок, що сьогодні в Україні є багато напрямків, за якими можна вдосконалювати наявну систему організації обліку грошових коштів на рахунках в банках. Важливо активно переймати зарубіжних позитивний досвід і пристосувати українські стандарти до зарубіжних.

**Список використаних джерел:**

1. Ареф'єв С. О. Місце грошових коштів у системі управління економічною безпекою підприємства: [підручник]. Київ: Вища школа, 2016. 309 с.
2. Бразілій Н. М., Крот Ю. М. Особливості впровадження комп'ютерних бухгалтерських програм на підприємстві в сучасних умовах господарювання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Випуск 22. С. 900-904.

**Татенко Н.Ю.**, студент

**Татенко М.Ю.**, студент

**Науковий керівник: Ромашко О.М.,**

к.е.н., доцент, Київський торговельно-економічний  
університет, м.Київ, Україна

## **ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ «MASTER» В ОБЛІКОВОМУ ПРОЦЕСІ ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогодні, український ринок бухгалтерського програмного забезпечення підійшов до своєрідної точки біфуркації — періоду якісної перебудови. Трансформуються як пропозиції розробників, так і запити користувачів софту з державного сектору. Ця трансформація стосується підвищення рівня вимог до характеристик програмного забезпечення, його функціональних і технічних можливостей.

Каталізатором змін став указ Президента України №133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» від 15 травня 2017 року [1]. В межах чинності указу під санкції потрапили російські банки, авіакомпанії, соціальні мережі, інтернет-ресурси і виробники програмних продуктів.

Серед причин ратифікації указу дві основні. По-перше, посилення економічної й інформаційної безпеки України як відповідь на світову тенденцію підвищеного ризику кіберзагроз. По-друге, необхідність блокування доступу до даних українських підприємств і громадян через програмні продукти російського розроблення [3].

Із 1 січня 2018 року підприємства почали переходити із російського програмного забезпечення на інші аналоги. Частина підприємств одразу звертає увагу на Європейські програми і програми США. Але на ринку є й українські розробники, які не поступаються ні російським, ні заокеанським програмам [3].

За думками керівників проекту MASTER, розробка програмних продуктів MASTER реалізується за принципом комплексного рішення, що дозволяє використовувати цю програму для вибудовування унітарної ІТ-структури і покращення управління суб'єкта господарювання [3].

Український розробник знає умови та особливості нашого ринку.

Так, наприклад при відображенні операцій з руху коштів підприємства, в програмі MASTER:Бухгалтерія забезпечено можливість вести облік банківських операцій, формувати і друкувати платіжні доручення, відправляти платіжні доручення через клієнт-банк, завантажувати виписки банку. Користувачі мають можливість формувати та передавати в банк заявки на купівлю та продаж валюти за допомогою системи «клієнт-банк». В системі налаштовано типові Звіти про рух грошових коштів на банківських рахунках на вказану дату по видах витрат. Крім того, в MASTER:Бухгалтерії забезпечена можливість облікувати операції по касі, створювати та друкувати прибуткові та видаткові касові ордери, формувати касові книги, формувати реєстр прибуткових та видаткових касових ордерів [3].

Програмне забезпечення забезпечує контроль за цільовим використанням готівкових коштів. Воно також містить документи, за допомогою яких ведуться операції з підзвітними особами — наказ на відрядження, авансовий звіт, тощо [4].

Відповідно до Закону України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах», інформацію, що є власністю держави, або інформацію з обмеженим доступом, слід обробляти лише в інформаційних і телекомунікаційних системах, що відповідають законодавчо встановленим стандартам[2].

Нормативний документ НД ТЗІ 2.5-004-99 «Критерії оцінки захищеності інформації в комп'ютерних системах від несанкціонованого доступу», розроблений департаментом спеціальних телекомунікаційних систем і захисту інформації Служби безпеки України, встановлює критерії оцінки захищеності інформації, що обробляється в комп'ютерних системах, від несанкціонованого доступу[3].

Цей документ призначено для постачальників (розробників), споживачів (замовників, користувачів) комп'ютерних систем, які використовують для оброблення (в тому числі збирання, зберігання, передачі тощо) критичної інформації, а також для органів, що здійснюють функції оцінювання захищеності такої інформації та контролю за її обробленням.

Відповідність стандартам визначається за результатами державної експертизи Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України. Один із стандартів відповідності – сертифікат Г-2 – сертифікат відповідності рівню гарантій коректності реалізації функціональних послуг безпеки для забезпечення технічного захисту державних інформаційних ресурсів [3].

Отже, програмне забезпечення MASTER є продуктом майбутнього, що полегшить діяльність суб'єктів господарювання у всіх сферах діяльності.

**Список використаних джерел:**

1. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та

інших обмежувальних заходів (санкцій)» від 15 травня 2017 року №133/2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>

2. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» від 5 липня 1994, № 80/94-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>

3. Галлюка М. MASTER-альтернатива: сучасний комплексний облік для бюджетних установ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/master-alternativa-suchasnij-kompleksnij-oblik-dly/>

4. Облік по-українськи, як працює вітчизняна альтернатива 1 «С». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2017/11/21/mb-alternatyva-1s/>

**Токар Д.І., студентка**  
**Науковий керівник: Волчек Р.М.,**  
к.е.н., доцент  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

### **ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ РЕЗЕРВУ СУМНІВНИХ БОРГІВ**

Необхідність створення резерву сумнівних боргів на підприємстві обумовлено вимогами бухгалтерських стандартів. Операції з цим резервом впливають також на суму податку на прибуток, яку підприємству слід сплачувати до бюджету. Коректність нарахування резерву сумнівних боргів обумовлена чистою вартістю дебіторської заборгованості, що у свою чергу впливає на ефективність управління грошовими потоками.

Мета дослідження полягає у спробі автора надати характеристику процедур відображення в обліку нарахування та коригування, а також відображення результатів інвентаризації резерву сумнівних боргів.

Для цілей бухгалтерського обліку дебіторська заборгованість класифікується за терміном погашення (поточна та довгострокова) та за впевненістю в погашенні – безнадійна та сумнівна.

Резерв сумнівних боргів формується в обліку тільки під суму поточної заборгованості, яка:

- є сумівною, тобто заборгованість в якій є невпевненість щодо її погашення боржником (п. 4 П(С)БО 10);
- є фінансовим активом, тобто погашається грошовими коштами або їх еквівалентами або інструментами власного капіталу [1].

Величина резерву сумнівних боргів визначається двома методами, які установлені в п. 8 П(С)БО 10:

- 1) застосування абсолютної суми сумівної заборгованості;
- 2) застосування коефіцієнта сумівності.

Інвентаризація резерву сумнівних боргів проводиться одночасно з інвентаризацією дебіторської заборгованості (оскільки резерв сумнівних боргів є похідною величиною) перед складанням річної фінансової звітності протягом трьох місяців до дати балансу (п. 10 розд. I Положення №879) [2].

Згідно п. 8.5 розділу III Положення № 879 інвентаризація резерву сумнівних боргів складається з перевірки обґрунтованості визначення суми сумнівної заборгованості на основі аналізу з застосуванням методу розрахунку резерву сумнівних боргів, який передбачений обліковою політикою підприємства.

При проведенні інвентаризації перевіряється:

- залишок на рахунку 38 «Резерв сумнівних боргів»;
- правильність розрахунку суми сформованого резерву сумнівних боргів та його нарахування протягом звітного року (оцінюється відповідність обраного методу для розрахунку резерву сумнівних боргів, характеру дебіторської заборгованості, правильність розрахунку коефіцієнта сумнівності, класифікації дебіторської заборгованості згідно п. 9 П(С)БО 10;

Якщо в результаті інвентаризації в бухгалтерському обліку сума резерву сумнівних боргів була недостатня, то резерв донараховують бухгалтерською проводкою Дт 944 «Сумнівні та безнадійні борги» - Кт 38. Якщо сума була завищена або погашена боржником, величину резерву сумнівних боргів корегують проводкою Дт 38 – Кт 719 «Інші доходи від операційної діяльності».

Згідно вказаним нормам Податкового кодексу України фінансовий результат до оподаткування:

- збільшується на суму витрат, які пов'язані з формуванням резерву сумнівних боргів в бухгалтерському обліку та суми дебіторської заборгованості, яка списана понад суми резерву сумнівних боргів;

- зменшується на суми коригування (зменшення) резерву сумнівних боргів, на яку збільшувався фінансовий результат до оподаткування в бухгалтерському обліку, а також на суму списаної дебіторської заборгованості, яка відповідає податковим критеріям безнадійної заборгованості [3].

Операції по створенню, використанню та зменшенню суми резерву сумнівних боргів у платників податку на прибуток, які для визначення об'єкту оподаткування:

- не використовують коригування бухгалтерського фінансового результату на різниці, які установлені у розд. III ПКУ, враховуються так само як в бухгалтерському обліку.

- використовують коригування на різницю з розд. III ПКУ, відображаються з врахуванням пп. 139.2.1, 139.2.2 ПКУ.

Результат інвентаризації резерву сумнівних боргів оформлюють актом довільної форми із зазначенням всіх необхідних як для первинного документа реквізитів. Суму коригування резерву сумнівних боргів за результатом проведеної інвентаризації відображають в тому місяці, в якому вона закінчилась на підставі протоколу інвентаризації [4].

#### *Список використаних джерел:*

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 “Дебіторська заборгованість”: Затв. Наказом Мінфіну від 08.10.99 р. №237.
2. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань затверджено наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. №879

3. Податковий кодекс України: Закон України №2755-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>

4. Вікторія Якимашенко. Інвентаризація резерву сумнівних боргів/В.Якимашенко//Абсолютний баланс. - 2019. - № 18. - С.47-49.

**Царук Н.Г.**, к.е.н., доцент,  
Відокремлений підрозділ Національного  
університету біоресурсів і природокористування  
України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА РЕКЛАМУ В ІНТЕРНЕТІ**

Інформаційні технології з кожним днем відіграють все більшу роль в діяльності сучасних підприємств. Поглиблення конкуренції і різноманітність стресових факторів зовнішнього середовища спонукає керівництво підприємства постійно шукати нові способи залучення клієнтів, впроваджувати прогресивні інструменти привернення їх уваги. Серед останніх – реклама в мережі інтернет, і зокрема, в соціальних мережах. Такий підхід маркетингових відділів підприємств до залучення нових клієнтів цілком зрозумілий і має свої очевидні переваги: така реклама не потребує виготовлення фізичних банерів, паперових флаєрів і візиток, може показуватись в будь-який час і доступна широкому колу користувачів. З іншого боку, люди все більше часу проводять з гаджетами, спілкуючись у соціальних мережах, відтак реклама саме там, в першу чергу, потрапляє під пряме зорове сприйняття і швидко запам'ятовується.

Застосування Інтернет-реклами для формування позитивного іміджу суб'єкта господарювання та збільшення продажів продукції є порівняно новим, недорогим та ефективним методом, що стало причиною прагнення підприємств його використовувати. Проте така ситуація потребує вдосконалення методів управління процесом створення та використання Інтернет-реклами в діяльності з метою забезпечення користувачів необхідною інформацією, яку дозволяє сформувати система бухгалтерського обліку. В даному контексті важливого значення набуває проблема правильного та повного облікового відображення операцій із здійснення Інтернет-реклами [1, с. 44].

Сьогодні вже багато підприємств мають свої аканти в Facebook, YouTube та інших соцмережах. Однак, якщо користування акаунтом зазвичай безкоштовне, то розміщення реклами – послуга платна, а відтак такі витрати є об'єктом бухгалтерського обліку. На перший погляд особливих проблем з оплатою і її відображенням на рахунках виникати не повинно, однак існують окремі нюанси, на які варто звернути увагу.

Для проведення розрахунків з контрагентами підприємство використовує банківських рахунків, тобто здійснює безготівкові операції. Однак, компанії – власники соцмереж не є резидентами України, і як наслідок не пропонують



підприємствам функцію оплати реклами через банківський рахунок. Наразі єдиним доступним способом оплати є використання міжнародних платіжних систем Visa, Mastercard. З огляду на такий спосіб оплати працівники підприємств, що відповідають за розміщення реклами можуть використовувати корпоративні платіжні картки як підзвітні особи.

Розкриємо більш детально методичні аспекти таких розрахунків і документальне оформлення зазначених операцій.

Порядок розрахунків з нерезидентами з використанням корпоративних платіжних карток визначає Інструкція про порядок відкриття і закриття рахунків клієнтів банків та кореспондентських рахунків банків - резидентів і нерезидентів, затверджена Постановою Національного банку України від 12.11.2003 р. № 492 (із змінами і доповненнями) [2]. Якщо проводити розрахунки у гривні – обмежень немає. Проте частіше, у зв'язку з тим, що власниками соцмереж є іноземні компанії, розрахунки проводяться у валюті. В цьому випадку існує обмеження на щоденний ліміт списання коштів за рекламу. Так, пп. 2 п. 109 Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті, затвердженого Постановою Національного банку України від 02.01.2019 р. № 5, дозволяє юридичним особам проводити розрахунки валютою за допомогою платіжних корпоративних карток за одним зовнішньоекономічним договором (контрактом) протягом одного операційного дня на суму, що не перевищує еквівалент у 150 тис. грн. [3].

Списані з платіжних корпоративних карток суми вважаються виданими під звіт. Тому працівник, який провів такі безготівкові розрахунки повинен подати авансовий звіт, додавши до нього роздрукований електронний документ, що підтверджує проведення операції. Витрати на рекламу в інтернеті за класифікацією витрат будуть віднесені на господарські потреби, тому авансовий звіт, згідно вимог Податкового кодексу України, повинен бути поданий до закінчення 5 банківського дня, що настає за днем, у яком убула здійснення операція з оплати реклами.

У випадку придбання юридичною особою рекламних послуг на вітчизняному чи іноземному інтернет-сайті з оплатою їх за допомогою електронного платіжного засобу для підтвердження витрачання коштів необхідно надати виписку банку, яким випущено вказаний електронний платіжний засіб, а також відповідний документ, квитанцію, товарний чи касовий чек, квиток, талон тощо, який наданий продавцем (виконавцем, постачальником) послуги [4].

Після оплати знайти квитанцію зазвичай можна в рекламному акаунті на сайті соцмережі. Наприклад у рекламному акаунті Facebook такий документ доступний в розділі «Біллінг», де можна завантажити квитанції за кожною операцією із списання коштів за рекламу за певний період.

При перевірці податківцями у підприємства можуть виникнути проблеми з документальним оформленням, адже однієї квитанції для підтвердження витрат на рекламу може бути і недостатньо. В цьому випадку, на нашу думку, бухгалтеру слід підготувати додаткові документи, ними може бути:

– наказ керівника про проведення реклами у тій чи іншій мережі, сайті, в

якому зазначається інформація про рекламу та особу, що відповідальна за її оплату;

– документи про проведення підприємством реклами у тій чи іншій мережі, сайті (фото, скріншоти розміщеної на сайтах реклами підприємства, що дозволяють ідентифікувати приналежність реклами підприємству; сюди також можна віднести звіти відповідального за рекламу працівника, складені на підставі квитанцій про оплату рекламних послуг);

– документи, що підтверджують здійснення витрат (платежу) – авансовий звіт працівника, квитанції компанії – власника соцмережі, в якій розміщена реклама, банківські виписки, роздруківки з рекламного аканта та інші.

Згідно П(С)БО 16 «Витрати», витрати на рекламу (в т.ч. на рекламу в інтернеті) є витратами звітного періоду та відносяться до витрат на збут – обліковуються на рахунку 93 «Витрати на збут». Підставою для відображення витрат на рахунку 93 є складена на підставі квитанції з рекламного аканта бухгалтерією довідка або акт.

Таким чином, при замовленні й оплаті реклами в соцмережах слід пам'ятати наступне:

– поки що оплата реклами в соціальних мережах може здійснюватися лише з використанням корпоративних платіжних карток через підзвітну особу;

– при оплаті валютою сума платежу по одному контракту протягом одного операційного дня не повинні перевищувати еквівалент у 150 грн.;

– для уникнення непорозумінь при проведенні перевірки податковими органами, доцільно оформити додаткові документи, що будуть підтверджувати факт надання й оплати рекламних послуг в інтернеті.

Враховуючи тренд до діджиталізації обліку та звітності в наукових дослідженнях варто більше уваги приділяти питанням розробки методичного забезпечення розрахункових і виробничих операцій, що пов'язані з використанням сучасних інформаційних технологій, та змінюють усталені уявлення про господарську діяльність підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Біляченко О. Л. Особливості бухгалтерського обліку інтернет-реклами в сучасних умовах господарювання. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2015. Вип. 48. С. 44-53. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca\\_ekon\\_2015\\_48\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2015_48_10)

2. Інструкція про порядок відкриття і закриття рахунків клієнтів банків та кореспондентських рахунків банків – резидентів і нерезидентів, затверджена Постановою Національного банку України від 12.11.2003 р. № 492 (із змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03>

3. Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті, затверджене Постановою Національного банку України від 02.01.2019 р. № 5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0005500-19>

4. Щодо купівлі товарів/робіт/послуг на іноземних інтернет-сайтах та оплати їх вартості. Лист ДФС від 13.06.2018 р. № 2584/6/99-99-15-01-01-15/ПК. URL: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/pisma/gfsu/schodo-kupivli-tovariv-1037836.html>

## **ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Комп'ютерний аудит розглядають як інтегроване застосування комп'ютерної техніки та сучасних інформаційних технологій для організації аудиторської діяльності, що включає аудиторські процедури для оцінки суттєвих ризиків, перевірку фінансової звітності, підготовку аналітичних процедур, формування аудиторського висновку з надання додаткових послуг [1]. При цьому, потужним способом підвищення якості й надійності результатів автоматизації внутрішнього аудиту буде диверсифікація ризиків та виявлення відхилень шляхом використання формалізованих команд. Оскільки будь-які аудиторські програми розробляються спеціалістами для використання аудиторами, які, як передбачається, значною мірою використовують власні знання і судження, процедури аудиту в цих програмах не є повністю формалізованими і залишають

Формалізація процедур є необхідною умовою автоматизації внутрішнього аудиту, усуваючи можливі невідповідності в інтерпретації програмного середовища та забезпечуючи обсяг, масштаб і точний характер аудиторських процедур. Як було виявлено під час тестування численних проектів з автоматизації аудиту зарубіжними вченими, використання сучасних інформаційно – комунікаційних технологій сприяє поліпшенню якості результатів і підвищенню довіри до внутрішнього аудиту загалом [2]. Крім того, формалізація функцій внутрішнього аудиту в програмному середовищі здатна зменшити витрати на перманентний аудит через усунення поточної трудомісткості рутинних завдань, уніфікацію тлумачення складових програми аудиту та спрощення підготовки кадрів.

Формалізація програми аудиту є складним, трудомістким і дорогим завданням, оскільки формальна процедура має бути специфічною і дуже деталізованою. Вона має описувати точні відхилення від оптимальних умов, що потребує досвіду логічного та формального мислення. Для розв'язання складного завдання автоматизації внутрішнього аудиту доцільно застосовувати методологію інженерії знань на основі використання експертних систем та систем штучного інтелекту. Традиційно програми мануального внутрішнього аудиту розробляються без урахування потреб автоматизації, внаслідок чого формалізовані та неформалізовані процедури часто змішуються. Тому завдання автоматизації внутрішнього аудиту на підприємстві торгівлі в першу чергу потребує редизайну програми внутрішнього аудиту, що дозволяють систематизувати аудиторські процедури за рівнем формалізації. Таке перепроектування фактично відповідає реінжинірингу програми аудиту і має здійснюватися перманентно за всіма зонами експозиції, що надасть упевненості в опрацюванні всього комплексу виконуваних процедур. Проте мета реінжинірингу полягає не тільки в тому, щоб забезпечити процес автоматизації шляхом

відокремлення формалізованих процедур внутрішнього аудиту, але, що є більш істотним, максимально збільшити в програмі аудиту частку автоматизованих процедур, що покладаються на неформальні методики професійного судження.

Автоматизована система внутрішнього аудиту буде ефективно працювати й забезпечувати релевантною інформацією вище керівництво підприємства лише за умов формування функціоналу контролю: програмного забезпечення безперервного аудиту, технічного обладнання інформаційних технологій, логічної безпеки доступу до інформаційної системи внутрішнього аудиту, потенційного приховування небажаних подій у системі підприємства [3]. На підприємствах ці функції доцільно передати окремому ІТ відділу або третім сторонам, що стане запорукою інформаційної безпеки підприємства загалом.

**Список використаних джерел:**

1. Ячнева Л.М. Аудит з застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій : монографія / Л. М. Ячнева. Х. : ХДУХТ. 2011. 294 с.
2. Manson, S., McCartney, S., Sherer, M., Wallace, W. "Audit automation in the UK and the US: A comparative study". *International Journal of Auditing*. Vol. 2. No. 3 (Nov.). 1998. pp. 233-246.
3. Крутова А.С. Удосконалення внутрішнього аудиту з використанням інформаційно-комунікаційних технологій / А.С. Крутова, Л.М. Ячнева, А.О. Семенець // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. / відпов. ред. М.В. Чорна. – Харків: ХДУХТ, 2019. – Вип. 1 (29). – С. 37-49.

**Чобану К. І., студентка**  
**Науковий керівник: Волчек Р. М.,**  
к.е.н., доцент  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Важливою практичною проблемою у веденні бухгалтерського обліку є забезпечення достовірності показників обліку і фінансової звітності. Одним із засобів такого забезпечення є інвентаризація як метод бухгалтерського обліку. Особливості інвентаризації досліджуються багатьма вченими, серед яких Бутинець Ф. Ф., Дорош Н. І., Лінник В. Г., Пилипенко І. І., Сопко В. В., Швець В. Г., Шевчук В. О. та інші.

Для того, щоб визначити проблеми проведення інвентаризації активів, зокрема основних засобів, необхідно прийняти до уваги основні принципи її проведення, наприклад, безперервність, документальне оформлення, економічність, матеріальна відповідальність та інші [1, с.143].

Інвентаризація основних засобів як будь-який процес складається з таких етапів як перевірка фактичної наявності основних засобів, їх стану та інші. Інвентаризацію повинна проводити інвентаризаційна комісія на підприємстві у присутності матеріально-відповідальної особи. На підготовчому етапі необхідно перевірити наявність та стан технічних паспортів, наявність документів на основні засоби, які передані в оренду, тимчасове використання. До них

відносяться акти прийому-передачі, договори оренди, інвентарні картки на об'єкти. Також необхідно перевірити наявність та правильність оформлення реєстрів аналітичного обліку, серед яких типова форма ОЗ-6 «Інвентарна картка обліку основних засобів», ОЗ-7 «Опис інвентарних карток з обліку основних засобів», ОЗ-8 «Картка обліку руху основних засобів». Безпосередньо при проведенні інвентаризації необхідно у письмовому вигляді оформити розписки, які підтверджують передачу у бухгалтерію усіх прибуткових на видаткових документів на об'єкти основних засобів, їх оприбуткування та вибуття. Наступним кроком є встановлення фактичної наявності основних засобів та оцінка придатності основних засобів у експлуатації та заповнення інвентаризаційного опису. У кінці інвентаризації необхідно перевірити описи і відобразити кількісні та цінові показники по даним бухгалтерського обліку. Якщо була виявлена нестача, необхідно скласти звіряльну відомість результатів інвентаризації основних засобів, оформити протокол засідання інвентаризаційної комісії та затвердити його. На підставі звіряльної відомості та протоколу відображаються інвентаризаційні різниці в обліку підприємства. [2, с. 17-18].

*Список використаних джерел:*

1. Бухгалтерський словник / за ред.. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ПП «Рута», 2001. – 224 с.
2. Власова М. Інвентаризація основних засобів / М. Власова // Баланс. – 2019. - №12. – с. 17-18.

**Шандалюк І.О.**, студентка  
**Науковий керівник: Костриченко В.М.**,  
к.е.н., доцент, Національний університет водного  
господарства та природокористування  
м. Рівне, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ**

**Асортиментна політика** - діяльність, пов'язана з плануванням і здійсненням сукупності заходів і стратегій по формуванню конкурентних переваг через реалізацію концепції позиціонування з метою забезпечення відповідного прибутку підприємства.[1]

Важливим елементом асортиментної політики є своєчасне внесення в асортиментну карту змін, які базуються на врахуванні споживчої цінності товару і розширюють коло його можливих покупців.

На основі вивчення ринку і перспектив його розвитку підприємство отримує вихідну інформацію для вирішення питань, пов'язаних з формуванням, плануванням асортименту і його вдосконаленням.

Асортиментна політика передбачає:

- визначення реальних і перспективних потреб у товарах;
- розрахунок основних показників асортименту і оцінку його раціональності;

- виявлення джерел товарних ресурсів, необхідних для формування раціонального асортименту;
- оцінку можливостей організації для освоєння виробництва окремих товарів;
- вибір і обґрунтування напрямків формування асортименту [2]

Формування асортиментної політики можна вважати домінуючим елементом внутрішнього управління. Від правильності прийнятих рішень щодо формування асортиментної політики багато в чому залежить майбутнє функціонування і розвиток підприємства.

Вибір методів формування товарної політики підприємства повинен спиратися на певну сукупність методологічних принципів, реалізація яких дозволяє забезпечити формування оптимального товарного портфелю [3]. С.І.Генова серед таких принципів виділяє наступні:

- принцип довгострокової стратегічної орієнтації;
- принцип синергізму;
- принцип стратегічної гнучкості.

Принцип довгострокової стратегічної орієнтації передбачає формування товарного портфелю підприємства на основі постійного інноваційного оновлення та оптимізації асортименту продукції з метою забезпечення довгострокової фінансової та ринкової стійкості підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища.

Принцип синергізму передбачає забезпечення взаємного доповнення та взаємної підтримки різних видів продукції або їх груп в товарному портфелі підприємства з метою формування та розвитку фінансово-інвестиційного потенціалу оновлення асортименту продукції на інноваційній основі.

Принцип стратегічної гнучкості передбачає формування динамічного товарного портфелю підприємства на основі оптимального співвідношення асортиментних позицій різного рівня ризику з метою забезпечення ринкової стійкості підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Серед основних науково обґрунтованих підходів до формування товарної політики підприємства в частині управління товарним асортиментом можна виділити торговельно-товарознавчий та портфельний підходи.

Торговельно-товарознавчий підхід ґрунтується на дослідженні потреб споживачів та пошуку шляхів якнайбільш повного їх задоволення шляхом розширення, оновлення або інших змін асортименту продукції.

Портфельний підхід полягає у дослідженні товарного портфелю підприємства та його сортуванні за певними параметрами, визначеними згідно з тактичними та стратегічними цілями підприємства.[4]

Підбір, планування та регулювання асортименту товарів базується на таких принципах:

1. Відповідності структури попиту споживачів району діяльності підприємства.
2. Комплексності задоволення попиту споживачів у межах вибраної ніші сегмента споживчого ринку.

3. Забезпечення потрібної широти, глибини та сталості асортименту.

4. Забезпечення умов для отримання цільового розміру прибутку.

Основою розробки асортиментного переліку товарів є матеріали, вивчення попиту та аналіз обіговості товарних запасів з окремих видів та різновидів товарів.

Розроблений асортиментний перелік є стандартом ширини та глибини асортименту товарів та використовується в якості нормативного документа при проведенні комерційної діяльності з закупівлі товарів та планування структури товарообороту підприємства.[5]

Отже, формування асортименту покликане створити умови для отримання підприємством необхідного прибутку. Це обумовлено тим, що рішення стосовно підбору асортименту визначають обсяг доходів підприємства від торгової діяльності, величину витрат обігу, потребу в обіговому капіталі та інших найважливіших господарсько-фінансових показників підприємства.

#### *Список використаних джерел:*

1. Котлер Ф. Основи маркетингу. М.: Прогрес, 2010. С. 219.
2. Кузнецов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки / П. В. Кузнецов, І. А. Парфентенко, Д. П. Балагула // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2015. - Вип. 49. - С. 198-204.
3. Генова С.И. Оптимизация процесса планирования ассортимента продукции в рамках маркетинговой деятельности предприятия: дис. докт. экон. наук: 08.00.06 / Модавская экономическая академия. / С.И. Генова – Кишинев, 2006. – 154 с.
4. С. В. Іщенко Дослідження методів формування товарної політики промислового підприємства, 2015: [Електронний ресурс]: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1209>
5. Інтернет-ресурс: [https://pidruchniki.com/11570718/ekonomika/asortimentna\\_politika\\_torgovogo\\_pidpriyemstva\\_metodichni\\_osnovi\\_formuvannya\\_asortimentu\\_tovariv](https://pidruchniki.com/11570718/ekonomika/asortimentna_politika_torgovogo_pidpriyemstva_metodichni_osnovi_formuvannya_asortimentu_tovariv)

**Шевлюга А.С.**, студент  
**Науковий керівник: Сук П.Л.**,  
д.е.н., професор  
ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розвиток виробничої сфери АПК в Україні значною мірою залежить від темпів та пропорцій інвестицій для впровадження найновіших перевірених досвідом й екологічно чистих технологій виробничої та переробної сфери. Без прогресивних технологій, новітньої техніки та інших інновацій суттєво підвищити рівень економічної ефективності агропромислового виробництва нікому ще не вдавалось. Для створення стійкого та надійного функціонування АПК необхідні великі капітальні вкладення в матеріально-технічну базу і не менші інвестиції для вирішення невідкладних завдань соціального розвитку села [3].

Інвестиції визначають темпи розвитку агропромислового виробництва, вони є могутнім стимулом для розвитку науково-технічного прогресу. Функціонування будь-якого суб'єкта господарювання, як правило, пов'язане з інвестиційною діяльністю. Економічна ефективність будь-якого виду витрат являє собою відношення отриманого чи очікуваного ефекту до суми вкладених засобів. Ефективність капітальних вкладень в виробництво в кінцевому результаті виражається збільшенням прибутку, продуктивності праці при збільшенні об'єму продукції чи покращенню її споживчих якостей. В основному інвестиції в економічно розвинутих країнах направляються на вирішення саме цих завдань, які забезпечують освоєння нових ринків збуту або збереження місця на вже освоєному ринку [1].

Під інвестуванням агропромислового виробництва розуміють процес здійснення додаткових вкладень найбільш ефективних засобів виробництва, які сприяють збільшенню виробництва продукції і створюють умови для економічного зростання. Реалізація інвестицій передбачає взаємодію суб'єктів інвестиційної діяльності, тобто економічні відносини. Зміни в кількісному співвідношенні інвестицій впливають на обсяг суспільного виробництва, зайнятості, структурні зрушення в економіці.

Джерелами фінансування інвестицій в основний капітал є: власні кошти підприємств і організацій, кошти державного і місцевих бюджетів, іноземних інвесторів, населення, у тому числі на індивідуальне житлове будівництво та кредити банків й інші джерела фінансування.

Актуальним є визначення та вибір найбільш пріоритетних напрямків інвестицій. Головні вимоги в даному випадку полягають в найшвидшій окупності вкладених коштів і швидкому нарощуванні прибутку, що забезпечить розвиток усіх галузей та виробництв АПК. До пріоритетних напрямів слід віднести технічне переозброєння як сільського господарства, так і суміжних з ним галузей за рахунок інвестування в переробну промисловість. Що дасть можливість збільшити частку переробної сільськогосподарської продукції в загальному обсязі її реалізації, в наслідок чого зміняться витрати на транспортування, зменшаться втрати при транспортуванні та збереженні, розшириться асортимент, поліпшаться споживчі властивості продукції. Все це робить сферу привабливою для інвесторів. У відповідному напрямку повинна здійснюватись державна інвестиційна політика стосовно АПК на регіональному рівні [1].

Сутність інвестиційної діяльності для сільськогосподарських підприємств полягає в організації фінансово-грошових потоків і управління ними. В даному випадку інвестиційну діяльність можна звести до категорії самофінансування і розширення виробничо-технічної бази підприємств, тобто, кожне підприємство покриває свої поточні та капітальні витрати за рахунок власних джерел інвестування. Актуальною проблемою для сільськогосподарських підприємств є вибір та пошук джерел фінансування. Тому стимулювання інвестиційної діяльності є найважливішою умовою розвитку сільськогосподарських підприємств [2].



Загальний стан економіки, податкова та фінансово-кредитна політика держави, рівень інфляції, стимулювання імпорту, відстрочення-сплати мита на імпортні матеріали; стимулювання експорту; пом'якшення оподаткування доходів від експорту; відшкодування мита є основними методами стимулювання інвестиційної активності в галузях АПК.

Негативною ознакою інвестиційного клімату для зовнішніх інвесторів є незначні обсяги внутрішніх капіталовкладень. Адже загальновідомо, що в країну з низьким рівнем внутрішнього інвестування не вкладатиме кошти й іноземний інвестор. З метою залучення іноземних інвестицій в аграрну сферу необхідно перш за все розв'язати проблеми макроекономічної, політичної та законодавчої стабілізації, проводити заходи щодо розвитку інфраструктури аграрного ринку [3].

У вітчизняних господарствах повністю відсутнє довгострокове банківське кредитування, залучення іноземних інвестицій та неефективна амортизаційна політика в АПК.

Отже, інвестиції займають ключове місце в соціально-економічному і розвитку АПК, а їх обсяги обумовлюються станом інвестиційного клімату; Сучасний стан аграрного інвестиційного процесу позначається різким скороченням усіх видів капітальних вкладень як у виробничій, так і в соціальну сфери агропромислового комплексу. Знижується рівень їх ефективності. Обсяги і зовнішнього інвестування не набрали необхідних розмірів, щорічні надходження іноземних інвестицій не відповідають потребам економіки. А структурована комплексна робота спрямована на політику підтримки галузей народного господарства, у майбутньому, забезпечить процвітання національної економіки.

*Список використаних джерел:*

1. Борейко І.П. Оцінка інвестиційної діяльності підприємств аграрного сектору економіки / Економіка АПК – 2016.-№12.-С.68-74.
2. Кожемякіна М.Ю. Інвестиційне забезпечення як основа розвитку аграрної економіки України / Економіка АПК – 2015.-№12.-С.74-80.
3. Крижанівський О.В. Основні перешкоди залученню інвестицій в АПК України /Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету-2015.-№17.-С.303-309.

**Щербаков І.О.,** студент

**Науковий керівник: Моторин Р.М.,** д.е.н.,  
професор кафедри статистики та економетрії

Київський національний торговельно-  
економічний університет,  
м. Київ, Україна

**ПОРІВНЯННЯ ОБСЯГІВ ТА СТРУКТУРИ ДОХОДІВ УКРАЇНИ І  
ПОЛЬЩІ В РОЗРІЗІ ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Важливим інструментом для оцінки інвестиційного потенціалу країни на сучасному етапі суспільного розвитку є вивчення обсягів і структури доходів населення, яка дозволяє аналізувати і прогнозувати економічні явища і процеси,

формуванню державної економічної політики та оцінюванню інвестиційного потенціалу країни. У далекому 1990-му році, коли українці підняли питання про свою незалежність, вони порівнювали свою економіку з економікою провідних європейських країн світу, таких як Франція, Німеччина, Британія. Це порівняння мало сенс, бо ситуація у ті часи дозволяла: високий рівень концентрації виробництва як малого, так і великого, ядерна зброя, досить високий розвиток сільського господарства та забагато іншого. Та згодом наша економіка падала, а за нею і планка тих країн, на які ми рівнялись. Незабаром ми порівнювали себе з Португалією, Румунією, а у 1999-му ми наблизились до рівня Албанії. Проте зараз, ми вже намагаємося знову поновити нашу економіку спираючись на досвід Польщі. Тому вважаю, що це дослідження є досить доцільним і може використовуватись задля розуміння того, що українцям необхідно робити та у яких секторах економіки, щоб наблизитись до рівня нашого сусіда [1].

В цій роботі порівнюються обсяги та структура доходів України та Польщі в розрізі видів економічної діяльності через їх територіальну близькість, історичну спорідненість та схожу структуру населення. Такий аналіз дає змогу реально побачити специфіку структури доходів у порівнянні, зробити висновки та, за потреби, вжити певні заходи для підвищення нашої інвестиційної привабливості/спроможності та загалом для поліпшення економічної ситуації.

Дані для порівняння обсягів та структури доходів України і Польщі (в розрізі видів економічної діяльності) брались дані рахунку утворення доходу України і Польщі за 2017 рік.

Рахунок утворення доходу характеризує процеси формування доходів на стадії виробництва: оплата праці найманих працівників, податки на виробництво та імпорт, субсидії, прибуток та аналогічні доходи/змішаний дохід. В той самий час ресурсом є тільки валова додана вартість. Якщо розглядати показники «рахунку утворення доходу» в порівнянні між цими країнами, то можемо побачити, що суто за рівнем експлуатації працівників (відношення показника «валовий прибуток та аналогічні доходи/змішаний дохід» до показника «оплата праці найманих працівників») Польща має цей показник в півтора рази вище ніж в Україні, але це не є досить погано, бо вона досягає, за рахунок цього, більш високих показників продуктивності праці. Якщо розглядати показники не з сторони відносних величин, а з сторони абсолютних, то сюди можна також додавати рівень життя населення обох країн, відносити ціни на продовольчий кошик і т.д.. Саме виходячи з цього можемо зазначити, що у середньому 53% витрат середньостатистичного українського домогосподарства – це витрати на харчі, у Польщі цей показник лише 24% (дані за 2018 рік) [2]. Хоча, на мою думку, ціни на продукти у Польщі цей портал завищив.

Зробивши галузевий аналіз рівня експлуатації найманих працівників маємо: максимальні показники в цих країнах різняться, а саме, в Україні це «Сільське, лісове та рибне господарство» з показником у 4,60, а у Польщі «Операції з нерухомим майном» з показником 6,67. Мінімальні ж показники збігаються у галузі «Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування» в Україні показник становить 0,10, а у Польщі 0,13. Найбільша різниця за рівнем

експлуатації спостерігається у галузі «Операції з нерухомим майном» у Польщі тут маємо 6,67, в той час в Україні лише 0,79. Загальна ж структура порівняння рівню експлуатації робітників показує, що у Польщі він вищий за Український, що є досить поганим моментом утворенні доходів населення і рівні їх забезпеченості, але має позитивний вплив на ВВП, що ми можемо побачити по рівню його приросту.

Якщо аналізувати галузеві структури оплати праці та валового прибутку цих країн, то можемо побачити, що вони є досить подібними: коефіцієнт подібності за оплатою праці становить 0,85, що є гарним показником для України, бо свідчить про достатню оплату праці (наскільки дозволяє загальна економічна ситуація). А ось коефіцієнт валового прибутку подібний лише на 0,73, що пов'язано з декількома факторами, зокрема з рівнем експлуатації працівників, рівнем використання обладнання на підприємствах, що сприяє більшому випуску продукції, та загальною купівельною спроможністю населення.

Отже, підведемо підсумки. Україна і Польща є досить подібними за своєю економічною структурою. Польща досить швидко встала на дорогу адаптації, реконструкції та взагалі змін. Вже у 2004 році вступила до ЄС, а Україна і сьогодні не може вирішити це питання. Польща зараз знаходиться під таким собі «патронатом» Германії, який є досить вигідним для обох країн. До недавніх часів ми знаходились під тим самим «патронатом» Росії, що не є гарним вибором, бо левову частину ВВП цієї країни складає видобуток нафти та газу. Та зараз, навіть зі зміною нашої влади та всім її бажанням залучити велику кількість іноземних інвестицій, ми навряд чи дуже скоро зможемо наздогнати Польщу за інвестиційною привабливістю. Але у нашої країни є чітко визначений євроінтеграційний вектор розвитку, який є фундаментом суттєвого підвищення інвестиційної привабливості в середньостроковій і довгостроковій перспективі. Зазначений вектор є запорукою того, що вже в найближчі часи Україна стане не тільки географічно належати до Європи, а й економічно, і політично інтегрується з нею, поступово наближаючись до європейських життєвих стандартів.

*Список використаних джерел:*

1. <https://uteka.ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-porivnyannya-ekonomik-polshhi-ta-ukraini>
2. <https://www.gfk.com/uk-ua/>
3. [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/02/zb\\_nru2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/02/zb_nru2017.pdf)
4. <https://stat.gov.pl>
5. Моторин Р.М. Міжнародна економічна статистика: підручник. – К.: КНЕУ, 2004.

## СЕКЦІЯ IV

### Сучасні реалії та тенденції розвитку підприємства в умовах неоіндустріального суспільства

Андрушой К.М., студентка

Науковий керівник: Захарченко Н.В.,

д.е.н., професор Одеський національний

університет імені І.І. Мечникова, м. Одеса, Україна

### СУЧАСНИЙ СТАН КРЕДИТНИХ СПІЛОК В УКРАЇНІ, ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Важливу нішу серед небанківських фінансово-кредитних установ займають кредитні спілки (КС). Кредитна спілка – неприбуткова організація, заснована фізичними особами, професійними спілками або їх об'єднаннями з метою задоволення взаємних потреб її членів у кредитуванні за рахунок об'єднаних внесків [1]. Кредитні спілки становлять значну конкуренцію банківському сектору у сфері кредитування. Проявляється це у тому, що КС надають кредити своїм членам під нижчий відсоток в порівнянні з банками, вони ставлять собі за мету підвищення добробуту учасників шляхом надання їм фінансової взаємодопомоги, а також кожний учасник КС має рівний голос, який не залежить від суми внеску. В сучасних умовах доходи населення України повільно збільшуються, а попит на товари довгострокового користування, такі як, автомобілі, побутова техніка та інші, зростає з кожним днем в більшій мірі, ніж доходи, тому в цьому випадку доцільно скористатися кредитними послугами, які пропонують КС [2].

Серед існуючих проблем розвитку кредитних спілок слід виділити такі: недовіра населення до цих фінансових установ; незахищеність членів КС; наявність недосконалостей в нормативно-правовій базі щодо регулювання їхньої діяльності; непрозорість, яка проявляється в тіньовій діяльності та використанні шахрайських схем; відтік членів, наявність великої кількості неактивних та проблеми із залученням нових.

Для відновлення довіри до КС слід запровадити систему захисту заощаджень членів у вигляді фонду гарантування внесків членів кредитних спілок, або ж створити певний резервний фонд на випадок непередбачуваних ситуацій. Також необхідно посилити контроль за прозорістю діяльності КС шляхом запровадження планових та позапланових виїзних перевірок, а також встановлення обов'язкових строків подання звітів. Ще одним методом для стимулювання діяльності кредитних спілок є впровадження в їх діяльність інноваційних технологій, а саме – аутсорсингу, тобто передачі деяких функцій та

завдань тим компаніям, які спеціалізуються на їх виконанні. До таких функцій може належати, наприклад, оцінка ризику неповернених кредитів та вкладених коштів у цінні папери, організація системи моніторингу за міжнародними стандартами діяльності КС, використання наявної банківської банкоматної мережі [3].

Необхідним також є удосконалення нормативно-правової бази діяльності кредитних спілок, адже саме через її неурегульованість світова криза залишила значний відбиток на КС в Україні, фінансовий стан яких значно погіршився, тоді як в інших країнах криза майже не торкнулася цього сегмента ринку фінансових послуг. Насамперед необхідно скасувати всеукраїнську ознаку членства, доповнивши ст.6 ЗУ “Про кредитні спілки” положенням про місцевий статус; встановити максимальну кількість членів, що надасть можливість більш ефективно здійснювати фінансову діяльність та контроль за нею; потрібно включити пункт, за яким, якщо учасник КС протягом певного періоду, наприклад, двох років з моменту вступу, не бере участь у формуванні капіталу та не користується послугами, то його необхідно виключити зі складу кредитної спілки, тим самим буде зменшено частку неактивних членів, місце яких зможуть зайняти інші, що будуть стимулювати діяльність цієї спілки; додати до переліку господарської діяльності КС фінансові послуги, які здійснюють інші установи, наприклад, переказ грошових коштів, оплата комунальних послуг, перерахування соціальних виплат на особисті рахунки; розробити загальнодоступну інформаційну базу, через яку споживачі фінансових послуг зможуть переглядати інформацію про фінансові нормативи діяльності КС, статистичні дані різного характеру, а також інформацію про недобросовісних позичальників.[4]

Отже, на сучасному етапі свого розвитку кредитні спілки переживають спад своєї активності через низку проблем та недоліків у їхній діяльності, зокрема недосконалої нормативно-правової бази. Для підвищення конкурентоспроможності кредитних спілок на ринку фінансових послуг України, необхідно удосконалити їхню діяльність шляхом внесення змін до законодавства та провадження нових, інноваційних технологій діяльності цих установ.

***Список використаних джерел:***

1. ЗУ «Про кредитні спілки». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2908-14>
2. Кредитні спілки в системі державного фінансового регулювання розвитку людського потенціалу. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/9\\_2016/7.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/9_2016/7.pdf)
3. Консерватизм та інновації кредитної кооперації. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/12\\_2010/54.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/12_2010/54.pdf)
4. Удосконалення інституціональних основ діяльності кредитних спілок в Україні. URL: [file:///C:/Users/uSer/Downloads/Npdfi\\_2014\\_1\\_14.pdf](file:///C:/Users/uSer/Downloads/Npdfi_2014_1_14.pdf)

**Арієнчук А.М.**, студентка  
**Науковий керівник: Смирна О.В.**, к.е.н.,  
доцент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
Криворізький економічний інститут ДВНЗ  
«Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана», м. Кривий Ріг, Україна

## **ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

На сучасному етапі, в умовах нестабільної економічної ситуації в країні, важливого значення для підприємств набуває проблема побудови бюджету та адаптації його на етапі виконання, до умов на ринку.

На сьогодні переважна більшість підприємств України використовує концепцію традиційного бюджетування, яка набула свого поширення ще за часів Радянського Союзу, але в умовах трансформаційних процесів, ситуація на вітчизняних ринках є мінливою, а тому вкрай важливо, щоб бюджет підприємства був гнучким і не обмежував можливості суб'єктів господарювання, чого традиційне бюджетування не в змозі забезпечити. І тому, основною метою роботи є аналіз основних концепцій бюджетування, а також визначення їх переваг та недоліків.

Перші кроки у дослідженні проблематики традиційного бюджетування були зроблені закордонними вченими К. Аргурісом, А. Вілдавськи. У вітчизняній літературі науковцями, які приділили увагу концепціям бюджетування у свої працях були Терещенко О., Буратчук Н., Колосков А. та інші, а також німецька група «Horváth & Partners».

На сьогоднішній день вчені виділяють чотири концепції бюджетування: традиційне - в основі якого лежать показники діяльності, зокрема показники потреби в капіталі та рівня витрат попередніх періодів (використовується за відносно стабільних тенденцій); покращене (better budgeting) - концентрується на можливостях спрощення традиційних процедур бюджетування на основі удосконалення функціональних та інституційних аспектів бюджетного процесу, зокрема, концепцією передбачається суттєве скорочення об'єктів планування через зменшення переліку критеріїв ефективності; прогресивне (advanced budgeting) - за цього підходу ключові показники основних бюджетів є залишковими величинами окремих часткових бюджетів; безбюджетне планування (beyond budgeting) - виконавцям надається значна свобода дій в межах узгоджених принципів управління та стратегічних обмежень.

Розглянемо переваги та недоліки основних концепцій у таблиці 1.

У таблиці наведено порівняльну характеристику переваг та недоліків лише трьох основних концепцій, адже між концепціями покращеного та прогресивного бюджетування немає принципових відмінностей. Однак вважається, що покращене бюджетування більш наближене до традиційної концепції. За думкою

німецької групи "Horvath & Partners", "прогресивне бюджетування" — це "покращене бюджетування" і "позабюджетування" [1].

Здійснивши порівняльний аналіз основних концепцій бюджетування, можна дійти висновку, що на сьогодні традиційне бюджетування має більше недоліків ніж переваг, а тому слід вдосконалюватись, звісно, beyond budgeting далеко не для всіх українських підприємств на даному етапі є досяжним, але бюджетування розвивалося еволюційно і тому потрібно переходити на наступну «сходишку» до покращеного або прогресивного бюджетування. Також при впровадженні нових концепцій варто враховувати багато факторів, особливо важливим є вид економічної діяльності. Потрібно розуміти, що не кожному суб'єкту господарювання є сенс переходити до найвищої ланки – безбюджетної діяльності, адже дана концепція, на мою думку, підходить більш фінансовому сектору, щодо реального сектору, то в даному випадку є сенс зупинитися на прогресивному або покращеному бюджетуванні. Але кожний окремий випадок потребує поглибленого аналізу для вибору найоптимальнішої концепції.

*Список використаних джерел:*

1. Терещенко О.О. Фінансовий контролінг: навч. посіб. /О.О. Терещенко, Н.Д. Бабяк. — К. : КНЕУ, 2013. — 407, [1] с.
2. Буратчук Н. Beyond Budgeting – модель фінансового управління XXI століття / Н. Буратчук // Корпоративні фінанси. – 2012. - № 1-2. – с. 53-58.
3. Бабяк Н. Д. Beyond Budgeting – інноваційна модель управління для сучасного бізнесу / Бабяк Н. Д., Савич О. В. // Корпоративні фінанси: проблеми та перспективи інноваційного розвитку. – Київ : КНЕУ, 2017. – С. 113–117.
4. Зінькевич Т. О. Переваги та недоліки традиційного бюджетування на підприємстві, актуальність пошуку альтернативи / Зінькевич Т. О. // Корпоративні фінанси: проблеми та перспективи інноваційного розвитку. – Київ : КНЕУ, 2017. – С. 137–141.
5. Проць, Н. В. Особливості концепцій бюджетування та їх класифікація / Н. В. Проць // Інвестиції: практика та досвід. – Київ, 2014. – № 15. – С. 125-132.

**Порівняльна характеристика переваг та недоліків основних концепцій бюджетування**

Традиційне бюджетування		Advanced Budgeting (прогресивне бюджетування)		Beyond Budgeting (безбюджетне планування)	
Переваги	Недоліки	Переваги	Недоліки	Переваги	Недоліки
Надає можливість порівняти фактичні результати із запланованими і визначити ефективність і результативність діяльності.	Бюджетні показники досить швидко втрачають актуальність, а коригуються досить рідко.	Спрощення процесу бюджетування та зменшення рівня деталізації (деталізація бюджетування здійснюється лише у край необхідних випадках);	Зменшені, але все ж таки затрати на розробку та складання бюджетів (як з точки зору витрат робочого часу, так і ресурсів).	Високий рівень децентралізації.	Складність впровадження.
Бюджети узгоджують та координують дії окремих підрозділів підприємства, цілі та інтереси різних членів організації.	Надто затратний процес розробки та складання бюджетів (як з точки зору витрат робочого часу, так і ресурсів).	Динамічне охоплення часу (відхід від виключно річного періоду як бази планування).	Відсутність належного кадрового та методичного забезпечення процесу впровадження нових інструментів планування.	Використання ковзних прогнозів.	Відсутність належного кадрового та методичного забезпечення процесу впровадження нових інструментів планування.
Дає змогу визначити найефективніший спосіб використання ресурсів.	Сильна прив'язка до монетарних фінансових показників.	Економія фінансових коштів.		Орієнтація на ринкові конкурентні позиції при фіксації цілей.	Відсутність добре побудованої системи обліку.
Сприяє процесам комунікацій.	Недостатня орієнтація на динамічні зміни на ринках.	Більш ефективні процеси контролінгу.		Економія робочого часу.	
Мотивує працівників	Бюджет обмежує гнучкість та є	Прискорення процесів планування в рамках		Економія ресурсів.	



підприємства на досягнення поставленої мети за умови.	гальмом на шляху змін.	існуючої системи бюджетування.			
Вводиться більш суворий режим економії витрат і фінансових ресурсів підприємства, що особливо важливо для виходу з економічної кризи.	Показники бюджету здебільшого не прив'язані до стратегічних цілей і є досить суперечливими.	Забезпечення гнучкості бюджетування через перехід до ковзних планів (Rolling Forecast) і постійне коригування (адаптація до актуальних змін) цілей.		Автоматичне використання ефекту синергії (це коли $2 + 2 = 5$ , стосовно до прибутку підприємства: прибуток системи бізнес-одиниць підприємства більше, ніж проста сума прибутків усіх цих бізнес-одиниць, окремо взятих).	
	Бюджети, як правило, зорієнтовані на скорочення витрат, а не на створення (збільшення) вартості.	Тісна прив'язка бюджетів до стратегічних цілей, орієнтація на ринок (бенчмаркінг);			
	Бюджетування посилює вертикальну ієрархію керування та контролю.	Самоутворюючі відносні цілі.			
	Бюджетування містить стимули до зловживань.	Низька трудомісткість.			

Джерело: складено автором на основі [1], [2], [3], [4], [5].

**Балабаєва Н.А.**, студентка  
**Науковий керівник: Однолько В.О.**,  
к.е.н., ст. викладач  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Розвиток роздрібною торгівлі завжди вважався актуальним, так як щодня населення вступає у ринкові відносини. Насамперед проблеми даної сфери зумовлені необхідністю розвитку і вдосконалення торгівлі в Україні та укріпленням законодавчої бази щодо ведення бізнесу. У процесі організації ефективних підходів та структурного забезпечення необхідно використовувати маркетингові інструменти, тобто рекламу, збут, обслуговування покупця, політику цін, вивчення потреб і попиту, зв'язок зі споживачами та громадськістю.) та слідкувати за оновленням законодавства.

**Постановка проблеми.** Торгівля – одна з найкрупніших галузей економіки будь-якої країни як за кількістю зайнятих в ній людей, так і за обсягом діяльності та внеском в загальний економічний потенціал. В межах однієї країни торгівля виконує суспільно необхідну функцію – доведення товарів від виробника до споживача. Україна є містким й інвестиційно-привабливим ринком для розвитку роздрібною торгівлі. Головним результатом розвитку ринку торгівлі в Україні останніми роками було збільшення ролі сучасної організованою торгівлі. Водночас українському ринку роздрібною торгівлі поки що не властиві тенденції, характерні для інших країн Центральної і Східної Європи. Тому, розглядаючи стан і перспективи розвитку торговельних мереж в Україні, слід звернути увагу на ситуацію в країні та стрімкий вихід на ринок торговельних мереж різних форматів торгівлі, що загострює серед них конкуренцію.

**Мета даної статті** полягає у дослідженні проблем роздрібною торгівлі та аналізу шляхів вирішення даних питань. Також аналізується сучасний стан та у виявленні основних тенденцій ринку роздрібних торговельних мереж в Україні, а також проблем, що виникають на шляху їх розвитку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням роздрібною торгівлі в Україні займалися такі вчені як Гавриш Л.О., Кочіян А.А., Ланцева П.Р., Манченко О.С., Падурян А.А., Чердиш В.О. та інші. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, питання сучасних особливостей розвитку ринку роздрібною торгівлі залишаються актуальними та потребують подальшого дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Для сучасного ринку роздрібних підприємств і корпоративних мереж характерні такі ознаки його розвитку, як відсутність кардинальних змін у складі мережевих операторів; дефіцит якісних торгових площ та високі орендні ставки; збільшення обсягів товарообігу переважно за рахунок екстенсивного зростання; невисокий рівень конкуренції; ненасиченість ринку; переважання вітчизняних бізнес-структур організації мережевої торгівлі; зникнення локальних меж розвитку мережевих бізнес-

одиниць. В теперішніх умовах розвитку підприємств торгівлі виділяють чотири головні проблеми, які заважають розвитку торгівлі: невизначеність у валютно-курсовій політиці держави; невизначеність у митно-тарифній політиці держави; падіння споживчого попиту; складності із залученням в галузь кредитних засобів. Для покращення розвитку роздрібною торгівлі необхідно дослідити головні напрямки її розвитку. До пріоритетних в Україні належить продаж бакалії (крупи, хлібопродукти, цукор, сіль, чай тощо), медикаментів (найбільшим попитом користуються противірусні препарати та знеболюючі) та засобів по догляду за будинком(наприклад, засоби для миття посуду, підлоги та прання). Роздрібна торгівля є найважливішою ланкою системи розподілу товарів. Підприємствам слід більш жваво реалізовувати свою продукцію в умовах розвитку динамічної економіки для збільшення прибутку. Для безперебійної роботи підприємств на складах повинна бути достатня кількість товару, для запобігання конфліктних ситуацій з клієнтами. Варто звернути увагу, що при даному процесі бере участь не дана продукція, а певні грошові потоки.

Основним завданням для Кабінету Міністрів України є корекція цін на внутрішньому споживчому ринку, окрема увага приділяється соціальній продукції. Кабінет Міністрів України повинен виконати наступні завдання[1,с.28]:

- сприяти розвитку протистояння на внутрішньому ринку між постачальниками та виробниками продукції, через впровадження коректної економічної політики (тобто розширяти асортимент продукції, створювати пільги для виробників новинок);

- залучення українських та іноземних інвестицій для розширення та покращення послуг та товарів, що будуть відповідати міжнародним стандартам ЄС і загалом світу (будь-які інвестиції сприятливо впливають на розвиток галузі, відомо, що державний бюджет не в змозі сповна підтримувати торгову сферу, тому інвестиції в даному випадку грають рушійну роль);

- запровадження інноваційних технологій на зовнішньому та внутрішньому ринках(запровадження інновацій пришвидшить розвиток роздрібною торгівлі та збільшить прибутки у даній сфері, інтенсивним шляхом);

- оптимізація всіх механізмів в економічній галузі, ціле направлений розвиток ринку як головний механізм економіки, шляхом насичення його новими товарами та послугами і в подальшому покращення якості та розширення асортименту(розширення асортименту продукції не тільки підвищує конкурентоспроможність продукції, але й розширює світогляд споживачів).

Відкритим питанням залишається взаємодія між органами влади, органами місцевого самоврядування та підприємцями для врегулювання питань реалізації державної політики у торговельній сфері. З огляду на останні дослідження, найкращою є політика врегулювання ринкової сфери у ЄС

Варто відмітити, так як роздрібна торгівля створює лише близько десяти-дванадцяти відсотків внутрішнього валового продукту України за 2015–2018 роки, слід правильно розташовувати пріоритети щодо створення продукту та робочих місць. Підвищення об'ємів товарообігу в країні безпосередньо пов'язано з платоспроможністю населення, яке виступає головним інвестором економіки

країни. Лише при збільшенні доходів покупців можливе пожвавлення внутрішнього ринку, точніше підвищення виплат населенню та додаткова виплата премій. Наприклад, підвищення заробітної плати у 2016-2017 роках призвело до збільшення товарообігу. При скороченні заробітної плати населенню та урізанні премій відбувається полярна ситуація на ринку, передусім товарообігу промислової групи товарів[2, с.32].

Розширення роздрібною торгівлі в країні має здійснюватися як шляхом розширення виробництва так і шляхом покращення сфери грошового обігу за рахунок зменшення натуральної частини державного господарства та підвищення значущості селянського господарства.

Серед основних пунктів покращення роздрібною торгівлі серед населення України є розвиток соціального життя населення, та збільшення платоспроможності, наприклад[3, с. 3]:

1) Підвищення грошових виплат населенню(тобто чим більші доходи споживачів, тим більше вони можуть купувати та споживати);

2) Поширення мережі магазинів з соціальним рівнем цін у селищах міського типу та сіл(так як доходи сільського населення є дещо меншими, від міських, надання їм пільг підвищить об'єми продаж).

3) Організація різних видів торгівлі у малих населених пунктах(організація ринків, так як для населення це найзручніше, або будівля малого ТЦ для одного селища)

4) Повне забезпечення населення товарами першої необхідності(такими як хлібобулочні вироби, крупи та засоби гігієни);

5) Спрощення процесу розрахування картками, встановлення терміналів, відділів поштового зв'язку для населення в малих населених пунктах (дане введення зменшить розвиток тіньової економіки);

6) Здійснення поступки покупцям у вигляді відстрочки чи оплати після отримання товару у поштових відділеннях великої побутової техніки, лічильників, сільськогосподарської техніки, запчастин(не кожен покупець може оплачувати товар одразу, так як ведення бізнесу є справою нелегкою).

**Висновки.** В першу чергу для стабілізації темпів розвитку роздрібною торгівлі, необхідно стабілізувати економіку в країні. Тобто, стабільний курс національної валюти по відношенню до іноземних валют та реальний рівень заробітної плати, необхідної для нормального життя. Важливо також регулювати діяльність великих підприємств ринку, аби уникнути монополізації. На місцевому рівні важливо звертати увагу торгівлі саме на ринках, запобігати стихійній торгівлі. За умови виконання наведених вище рекомендацій, можна очікувати на пожвавлення торгівлі в майбутньому.

#### *Список використаних джерел:*

1. Вовк Володимир Михайлович. Економічні методи дослідження операцій в економіко-виробничих системах : монографія / В. М. Вовк. – Львів : ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2014. – 584 с. – ISBN 979- 966-613-532-5.

2. Савчин Володимир Павлович. Роздрібна торгівля у світі : навч. посіб. для студ. ВНЗ / В. П. Савчин, Р. Я. Шувар. – Львів : ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2015. – 688 с. – ISBN 978-966-613-569-1.

3. Каленюк І. Економічні часописи, технологічні уклади і прогнози майбутнього / Ірина Каленюк, Костянтин Корсак // Наук. світ. – 2017. – № 9. – С. 3–5.

**Баранов А.В.**, аспірант  
**Кубрак О.М.**, аспірантка  
**Науковий керівник: Євдокимова А.В.**,  
к.т.н., старший викладач  
Сумський державний університет  
м. Суми, Україна

## **КРАЩІ ПРАКТИКИ НА ДОПОМОГУ СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЯМ**

Сучасний світ розвивається дуже швидко. Нові тренди змінюють старі. А ще новіші змінюють ті, які тільки - но ще вчора були новими. Цей процес змін відбувається постійно і що дуже важливо зрозуміти - він постійно прискорюється.

Що ж це таке, сталий розвиток організації в постійно змінюючому світі, який рухається все швидше і швидше?

Сталий розвиток організації - це процес позитивного розвитку організації, який адаптується під постійні зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації і ця адаптація має відбуватися планово, передбачувано, не допускаючи жодних "пожеж". Такий розвиток ще можна назвати самопідтримуючим, життєздатним, збалансованим.

З іншої сторони, поняття сталого розвитку включає вимоги до захисту довкілля, соціальної справедливості, відсутності дискримінації та направлено на підтримку та постійне покращення рівня життя суспільства, тобто екологічну, соціальну та економічну складову. Найбільш вдало концепція сталого розвитку описана в Глобальних Цілях Сталого Розвитку ООН та їх локалізації на загальноукраїнському рівні в Цілях Сталого Розвитку України [3]. Кожна організація, яка усвідомлює, що розвивається не в вакуумі, а в суспільстві з різного роду інтересами має включати в стратегії свого розвитку елементи соціальної відповідальності та враховувати вплив своєї діяльності на екологічну, соціальну та економічну складову. Тобто кожна така організація має балансувати свої економічні вигоди та вплив економічної діяльності на навколишнє середовище та соціум.

Організація майже завжди може впливати на внутрішні зміни, а от зміна зовнішнього середовища менше піддається впливу організації та дуже часто є обмеженою або занадто дорогою.

Можливість адаптації організації під постійні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища є основним фактором сталості або життєздатності. І навпаки, якщо організація не вміє адаптуватися під постійні зміни, не вміє з ними працювати, не розуміє або не вважає важливою роботу зі змінами в постійно змінюючому середовищі, така організація дуже швидко втратить позиції на ринку, клієнтів, ніши, партнерів та буде приречена на невдачі.

Іншим важливим фактором сталості є використання розумних, гнучких підходів, які дозволяють використовувати в основі роботи безстресове

управління, управління по виключним ситуаціям, використовувати методології управління, які довели свою ефективність з точки зору отриманого результату. Тобто стала організація використовує в роботі вдале поєднання “старих добрих” методів з сучасними підходами, які дуже часто ламають стереотипи та започатковують інноваційні види бізнесу, поєднують те, що з першого погляду не може бути поєднаним.

Велика швидкість розвитку сучасного світу та велика швидкість змін трендів: економічних, управлінських, інформаційних вимагають від організації додаткових зусиль пов'язаних з: навчанням персоналу, запровадженням корпоративної культури роботи зі змінами, постійним обміном досвідом, документуванням уроків практичного досвіду, використанням сучасних інструментів спільної роботи з інформацією, використанням інструментів автоматизації робочих процесів, постійною роботою з ризиками при стратегічному та операційному плануванні та активним використанням маркетинг складової.

В світі описана достатня велика кількість авторських методик, які намагаються запроваджувати комплексний підхід до управління, але професійна спільнота використовує не так багато підходів та методологій, які дійсно комплексно вирішують питання організації роботи на різних рівнях управління в організації та враховують складність поставлених завдань перед організацією починаючи від керівної ради організації (board) на стратегічному рівні, закінчуючи управлінням кінцевими пакетами робіт [2].

Існують визнані світом лідери, які десятками років акумулюють кращі практики та підтримують методології управління змінами. Широко відомий проектний підхід також є одним з підходів управління змінами. Але проекти покликані вирішувати достатньо невеликі задачі. Для великих задач взаємопов'язані проекти групуються в програми, яка має для них одну чи більше спільних цілей, які приносять програмі якісно новий результат, тим самим забезпечуючи врахування практично всіх аспектів, які дають право організації вважати себе життєздатною. Серед світових лідерів є наступні стандарти управління змінами в організаціях: PMBOK (США), PRINCE2 (Велика Британія), сімейство стандартів ISO21500 (міжнародний стандарт), P2M (Японія), ICB, APM, Scrum, IPMA (стандарт компетенцій в управлінні змінами) [1,4,5,6].

Слід розуміти, що майже кожна окрема методологія, кожний окремий підхід зароджувався в конкретній прикладній сфері: будівництво, ІТ, інноваційні розробки тощо і не існував тільки теоретично. У кожній методології є практична сфера її реалізації, де ця методологія “народжувалась”. Роки документування кращих практик загартовували методології які зараз стали майже окремими дисциплінами та мають достатньо складний характер. Але вони значно полегшують управління організацією, роблять її більш адаптованою до швидких змін, більш керованою, життєздатною та успішною.

***Список використаних джерел:***

1. Managing Successful Programmes / Axelos Global Best Practice. - Printed in the United Kingdom for The Stationery Office, 2011. - 301 p.

2. Portfolio, Programme and Project Offices (P3O) / Axelos Global Best Practice. - Printed in the United Kingdom for The Stationery Office, 2013. - 224 p.

3. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна Доповідь 2017 / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf)

4. P2M. Руководство по управлению инновационными проектами и программами предприятий. – Киев, 2009.

5. ISO 21500:2012, Guidance on Project Management / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iso.org/standard/50003.html>.

6. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Fifth Edition. - Режим доступу: [http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/PMBOKGuide\\_5th\\_Ed.pdf](http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/PMBOKGuide_5th_Ed.pdf)

**Бірзул В.** студентка

**Науковий керівник: Однолько В.О.,**

к.е.н., ст. викладач

Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ**

**Анотація.** Проаналізовано стан ринку роздрібних торговельних мереж у Україні. Охарактеризовано основні проблеми корпоративного управління та ефективності ведення бізнесу вітчизняних підприємств ритейлу. Запропоновано стратегічні напрями розвитку національних мереж роздрібної торгівлі з урахуванням кризової ситуації та їх реалізації у перспективі.

**Ключові слова:** ринок, роздрібна торгівля, торговельна мережа, ритейл.

**Актуальність.** В умовах стрімкого розвитку сучасна наука визнає роздрібну торгівлю найдинамічнішою галуззю економіки, основним драйвером зростання, каталізатором стабільності національного ринку, деактиватором ризиків та загроз економічній безпеці країни. Іноземні та вітчизняні роздрібні торговці вважають, що український ринок має для цього значний потенціал.

**Мета статті** є дослідження концептуальних засад інноваційного імперативу розвитку ритейлу, обґрунтування ролі інновацій у запобіганні ризиків і загроз соціально-економічній безпеці, узагальнення передових практик впровадження інновацій у ритейлі та виявлення особливостей їхнього застосування в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Торгівля – одна з найбільших галузей економіки будь-якої країни як за кількістю зайнятих в ній людей, так і за обсягом діяльності та внеском в загальний економічний потенціал. В межах однієї країни торгівля виконує суспільно необхідну функцію – доведення товарів від виробника до споживача. Україна є містким й інвестиційно-привабливим ринком для розвитку роздрібної торгівлі. Український ритейл розвивається та набирає обертів: у 2018 роздрібні торговці (як фізичні, так і юридичні особи), за даними Державної служби статистики, завершили рік з виручкою 928,6 млрд грн (+ 6,1%), з них на частку підприємств довелось 667,3 млрд грн. Зростання обороту порівняно з 2017 склало 5,6%. [3]

Ритейлери постійно стикаються з рядом проблем, які заважають розвитку бізнесу:

- різкі коливання курсу валют, після чого зростає вартість оренди торгових площ і відбувається стрибок цін на імпорتنі товари;
- брак професійних кадрів на ринку праці в результаті масового виїзду українців на роботу в європейські країни;
- високі процентні ставки за банківськими кредитами для бізнесу;
- зменшення долі вуличного ритейлу і перехід покупців у великі Торгові Центри.

Перспективи розвитку ритейлу залежать від взаємодії з клієнтами. Ритейлери хочуть знати свого покупця. Формуються бази даних покупців, аналізують історію покупок і роблять релевантні пропозиції. Деякі мережі навіть почали прив'язувати картки клієнтів до їхніх профілів у соціальних мережах, телефонних номерів.

Таким чином, роздрібні мережі будуть формувати ефективну CRM-систему і збирати дані через різноманітні програми лояльності, попередньо вдубувавши цю систему в облікові програми мереж. На виході вони отримають ефективні ERP-системи, які керуватимуть уподобаннями покупця, товарними запасами, акційними пропозиціями та знижками. Причому якщо раніше такі стратегії реалізовували із залученням SMS, то зараз через месенджери та соціальні мережі.

Також забезпечується зворотний зв'язок клієнта з продавцем. А для цього будь-який роздрібний бренд повинен вибудувати собі імідж експерта, радника і помічника для свого покупця. Це і повинно визначити PR-стратегію просування і позиціонування. Реклама повинна допомагати покупцеві, так вона буде підвищувати довіру до ритейлера і формуватиме лояльність. При цьому вона повинна запам'ятовуватися, бути ненав'язливою та інформативною. Особливо популярними будуть відео, на яких представники мережі пояснюють можливості й особливості використання товару.

Крім цього, для росту потрібно буде розвивати своїх співробітників, приділяючи особливу увагу нематеріальному мотивуванню ключових з них.

Покупців очікують нові формати магазинів та ще більше їхніх економ-версій.

Через наявну економічну ситуацію, в сегменті “середній -” буде створюватися все більше магазинів, де вартість товару заморожується. Необхідні нові концепції магазинів, що поєднують продажі в інтернеті та “з місця”.

**Висновок.** Сучасне оновлення бізнес-процесів у ритейлі спрямовується на розширення можливостей залучення споживачів, задоволення їхніх запитів щодо рівня цін, якості обслуговування, доступності та зручності. Ритейлери популяризують концепцію омніканального ритейлу, диджиталізують бізнес-процеси, урізноманітнюють застосування ІТ-технологій: 3D-моделей продукції, е-полиць та інтерактивних вітрин, “розумних” засобів вибору, доставляння та підбору товарів. Стаціонарні формати роздрібної торгівлі трансформуються із “місця продажу” у формат “шоу-рум”. В Україні є об'єктивні передумови для розвитку ритейлу і для активізації інноваційних засад цього розвитку. Попри



ризиків і невизначеність, спровоковані економічними і політичними шоками на тлі антитерористичної операції, соціально-економічна безпека ритейлерів має забезпечуватися процесами модернізації, створення якісно нових концептів для майбутніх форматів торгівлі, диверсифікації роботи.

*Список використаних джерел:*

1. Апопий В.В. Ритейл України в системі електронного бізнесу : соціально-економічні аспекти / В.В. Апопий В.В., А.І. Шалева. – Проблеми і перспективи електронного бізнесу : збірник наукових статей міжнародної науково-практичної конференції / редкол. : С.Н. Лебедева [и др.] ; под. науч. ред. д-ра техн. наук, професора А.Н. Семенюти. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2017. – 124 с.
2. Дима О.О. Сучасні тенденції та переваги розвитку Інтернет-торгівлі в Україні / О.О. Дима // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 1–2(2). – С. 63–66.
3. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі у 2018 році<sup>1,2</sup> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/roz/roz\\_u/roz1218\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/roz/roz_u/roz1218_u.htm)
4. Економічний словник / [Й. Завадський, Т. Осовська, О. Юшкевич]. – К. : Кондор, 2006. – 356 с.
5. Кент Т. Розничная торговля : [учеб. для студ. вузов] / Т. Кент, О. Омар ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 719 с.
6. 200 найбільших компаній України 2018 року - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://biz.censor.net.ua/resonance/3147570/200\\_nayiblishih\\_kompaniy\\_ukrainski\\_2018\\_roku](https://biz.censor.net.ua/resonance/3147570/200_nayiblishih_kompaniy_ukrainski_2018_roku)
7. Орендні ставки в торгових центрах Києва повертаються на докризовий рівень - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/orendni-stavki-v-torgovih-tsentrakh/>
8. Кузьмін М. М. Правове регулювання захисту прав споживачів в інтернет-торгівлі / М.М. Кузьмін // Право та інновації. – 2014.-№ 3 (7).
9. Проблеми та тенденції розвитку ринку дистанційної торгівлі України: сучасний стан [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4399/1/20170131\\_Skrypnik-121-135.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4399/1/20170131_Skrypnik-121-135.pdf)
10. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ в редакції від 01.01.2016 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12/paran99#n99>.

**Бортнік С.М.**, к.е.н., доцент

**Островська А.М.**, магістр

Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Формування стратегічно важливих конкурентних позицій вітчизняних підприємств на світовому ринку потребує пошуку нових підходів в управлінні підприємствами на основі вивчення досвіду європейських країн, що надає можливість сформулювати власне бачення дієвого економічного механізму стимулювання персоналу, який впливає на ефективність діяльності підприємства. Зміни пріоритетів у мотивації трудової діяльності й джерелах формування доходів, втрата зв'язку між мотивуванням та отриманням кінцевого результату

відбулися внаслідок зниження вартості робочої сили, наявності відмінностей в оплаті праці працівників різної кваліфікації. Таким чином, особливої актуальності набуває формування вдосконаленого економічного механізму стимулювання персоналу підприємств для забезпечення результативності роботи в довгостроковій перспективі, що створить нові умови розвитку та підвищить їх конкурентоспроможність.

Теоретико-методичні засади стимулювання персоналу започатковано зарубіжними вченими, класиками ринкової економіки: С. Адамсом, М. Вебером, Ф. Герцбергом, Е. Лоулером, Д. МакГрегором, Д. МакКлеландом, А. Маслоу, Л. Портером, Ф. Тейлором тощо. За нових економічних умов набуває реального значення практичне використання зарубіжного досвіду матеріального стимулювання персоналу, який ще донедавна мав для нас суто інформаційний, пізнавальний характер, і з відомих причин запровадженню майже не підлягав. Кожне підприємство має скористатися результатами наукових досліджень, передовим досвідом задля опрацювання власної, найприйнятнішої системи матеріального стимулювання для виконання двоєдиного завдання: забезпечити оплату праці кожного працівника відповідно до кількості, якості й результатів його праці та вартості послуг робочої сили на ринку праці; забезпечити роботодавцю досягнення в процесі виробництва такого результату, який уможливував би відшкодування витрат, отримання прибутку, зміцнення позицій та розширення своєї частки на ринку.

Слід зазначити, що зарубіжний досвід формування механізмів матеріального стимулювання не є сталим, він постійно збагачується новими елементами. Значні новації в організації матеріального стимулювання в зарубіжних фірмах спостерігаються в останнє десятиліття, що спричинено таким:

- глобалізація економіки, посилення конкуренції на ринках збуту зумовлюють необхідність децентралізації управління і перехід до раціональніших організаційних структур управління підприємствами та відповідно до гнучкішого й ефективнішого використання персоналу;

- зміни, що сталися у зовнішньому середовищі та внутрішньому організаційно-економічному механізмі функціонування фірм і їхніх структурних підрозділів призвели до зменшення централізації в організації використання персоналу і до зменшення його «контрольованості». Натомість усе більшу роль відіграє нині виробнича демократія, самоуправління;

- підвищення індивідуальної продуктивності персоналу за умов, що склалися, може досягатися тільки за конкретної постановки цілей і розширення самостійності в роботі, що, у свою чергу, потребує змін у системі матеріальної мотивації. Оплата праці, якій належить провідна роль у механізмі стимулювання, потребує індивідуалізації, точного обліку результатів роботи кожного працівника.

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою свідчить про переважне застосування єдиних тарифних сіток для робітників, спеціалістів і службовців та переваги такого порядку над виокремленням робітників, з одного боку, і спеціалістів та службовців – з іншого. Ці переваги пов'язано з можливістю запровадження єдиного, уніфікованого підходу до тарифікації різних категорій

працівників, зі спрощенням переговорів між сторонами соціального партнерства за укладання колективних договорів і угод, зі зниженням конфронтації між «синіми» та «білими» комірцями за формування тарифних умов оплати праці на виробничому рівні. Щодо самої «технології» побудови єдиних тарифних сіток, їхніх різновидів, то кожна галузь, як правило, розробляє власні тарифні сітки, які, у свою чергу, модифікуються на рівні фірм.

В Італії, наприклад, у різних галузях кількість розрядів у тарифній сітці коливається від шести (у взуттєвій промисловості, будівництві) до одинадцяти (у хімічній і поліграфічній галузях, банківській справі, зв'язку). На рівні підприємств додатково вводяться проміжні розряди, особливо у верхній частині сітки. Так, на фірмі «Оліветті» використовується 20-розрядна тарифна сітка, розроблена в межах 9-розрядної галузевої сітки. В американській автомобільній корпорації «Форд моторс» застосовується 23-ступенева тарифна сітка. На підприємствах вугільної промисловості Франції всі працівники (крім директора) класифікуються за 22-розрядною шкалою і, відповідно, застосовується 22-розрядна тарифна сітка. Суттєві відмінності мають тарифні сітки, що застосовуються у фірмах Японії. До 70-х рр. ХХ ст. в цій країні в основу оплати праці найманих працівників було покладено тарифну систему, визначальними елементами якої були ставки та оклади, що залежали від віку і стажу роботи працівника. У 70-х рр. минулого століття японські фірми спробували впровадити американську систему тарифних сіток залежну від кваліфікації, але успіху не мали. Нині японські фірми здебільшого застосовують синтезовану систему визначення оплати праці. При цьому основна традиційна ставка визначається за віком і стажем, а так звана трудова ставка – за кваліфікацією та результативністю праці. Фактор віку і стажу у 80-х рр. в Японії визначав приблизно 60 % тарифної заробітної плати, але поступово його значення меншає.

Зміну орієнтації підприємців і менеджерів з кількісних на переважно якісні показники діяльності у сфері стимулювання праці цілком виправдано. Тому управлінська думка спрямована передусім на можливе поліпшення якісних параметрів виробництва: оновлення продукції, розширення її асортименту, поліпшення екологічних характеристик, ефективніше використання обладнання, робочої сили, підвищення кваліфікації персоналу. І все це враховується в механізмах стимулювання праці.

Характерна особливість сучасних механізмів стимулювання праці на Заході – постійне заохочення нововведень. Так, більшість західноєвропейських фірм формує преміальні фонди за створення, освоєння й випуск нової продукції, пов'язуючи їхній розмір з приростом обсягу продажу нової продукції, її питомою вагою в загальному обсязі виробництва тощо. Пріоритет стимулювання досягнення якісних показників підтверджується також значною перевагою оплати розумової праці проти фізичної. Так, заробітна плата працівників розумової праці в середньому перевищує заробіток робітників: у ФРН – на 20 %; Італії і Данії – на 22 %; Люксембурзі – на 44 %; Франції і Бельгії – на 61 %. У США керівники нижчих ланок (майстри, керівники груп, секторів) у середньому мають річний дохід у 1,5 рази вищий ніж промислові робітники. Дохід менеджерів середньої

ланки в 2,5 рази вищий ніж у робітників. І цей розрив останнім часом зростає. Фірми влаштовують справжнє полювання на компетентних і перспективних керівників, приваблюючи їх високими ставками.

Спостерігається стійка тенденція до індивідуалізації заробітної плати виходячи з оцінювання конкретних заслуг працівника. Політика індивідуалізації трудових доходів найманих працівників – це намагання повніше врахувати як індивідуальні результати праці, так і особисті ділові якості, включаючи кваліфікацію, відповідальність, творчу ініціативу, швидкість і точність, досконалість рішень і неодмінно – якість роботи.

Механізм індивідуалізації заробітної плати включає як диференціацію умов найму, у тому числі широке використання контракту як особливої форми трудового договору між роботодавцем і найманим працівником, так і регулярну оцінку заслуг персоналу безпосередньо в процесі трудової діяльності. На думку спеціалістів, справедлива організація такого оцінювання вже сама собою стимулює підвищення ефективності праці. Індивідуалізація трудових доходів працівників на підставі результатів оцінювання забезпечується як за допомогою диференціації тарифних ставок, посадових окладів, так і за допомогою інших складових винагороди за працю (премій, надбавок, доплат тощо). Зарубіжна практика свідчить, що оцінка заслуг та індивідуалізація оплати праці спочатку стосувалися тільки керівників і службовців, а згодом певною мірою поширилися й на робітників. Індивідуалізація оплати праці потребує запровадження методів оцінки заслуг та постійного їх удосконалення. Зарубіжний досвід свідчить про доцільність використання багатофакторних методів оцінки заслуг. У США, за свідченням фахівців, фірми найчастіше використовують такі фактори, як результативність роботи, її якість, своєчасність виконання, метод роботи, ініціативність, дотримання техніки безпеки, стиль роботи, адаптація до роботи.

Отже, запровадження нових удосконалених механізмів стимулювання праці, як свідчить зарубіжний досвід, збільшує витрати роботодавця на навчання персоналу та втрати робочого часу у зв'язку з навчанням. Проте додаткові витрати на робочу силу компенсуються цілою низкою переваг як для роботодавця, так і для працівника.

**Бостан Г.А.**, студентка  
**Науковий керівник: Кухарська Н. О.**,  
д.е.н., професор  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

### **ІТ-СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ**

Для більшості економік країн світу ІТ-сфера є джерелом доходу підприємств. Україна має багато фахівців в цій сфері, але не має бази для розвитку ІТ-товарів та послуг.

Ринок ІТ-послуг в Україні за останні роки звузився: експорт впав з 5 млрд. дол. У 2012 р. до 3,2 млрд. дол. в 2017 р. [1]. Україна повинна розвивати ІТ-сектор економіки, тому що з 2014 р. втратила частину своїх територій, які мали свій вклад в ВВП країни (АР Крим – туризм, виноробство, Донбас – металургія, паливно-енергетичний комплекс та добувна промисловість). Вихід з такої складної ситуації – розвиток сфери, яка не потребує залежності від даних територій. Тому ІТ-сфера – рішення даної проблеми.

Значення інформаційних технологій в економіці є однією з найпопулярніших тем для дослідження науковців в світі. Це результат того, що сьогодні ми живемо в епоху комп'ютерних технологій, що використовуються повсюдно. Тому економістам потрібно знати і вміти правильно застосовувати інформаційні технології.

Існує кілька варіантів смислового наповнення інформаційних технологій. У США виділяють наступні складові технологічного трикутника інформаційного середовища: зв'язок, обчислювальну техніку і ЗМІ [2, с.124].

Можна виділити наступні основні фактори, які послужили поштовхом до більш активного використання і впровадження ІТ-технологій [3, с. 220]:

1. Зростання конкуренції. Крім стандартних вимог відповідати певним стандартам якості, організації змушені залучати клієнтів масою додаткових високоякісних послуг.

2. Глобальна зміна поведінки споживачів. Сучасний споживач вимагає не тільки низькі ціни, не тільки високу якість, але і повний спектр додаткових послуг. Споживач вимагає індивідуальний підхід.

3. Доступність інформаційних технологій. Для більшості організацій з обмеженим бюджетом, найбільш пріоритетним напрямком є розвиток антикризового управління і максимальна економія витрат.

4. Гонка технологій. Передові інформаційні технологи нехай і даються ціною величезних фінансових втрат, але приносять незрівнянно більші плоди успіху.

Для національної економіки кожної країни значення ІТ-галузі дуже велике, а саме:

- інформаційні технології набули глобального характеру, охоплюючи всі сфери соціальної діяльності людини;
- формується інформаційна єдність всієї людської цивілізації;
- за допомогою засобів інформації реалізується вільний доступ кожної людини до інформаційних ресурсів всієї цивілізації;
- призводять до значного збільшення продуктивності праці, звільнення трудових ресурсів,
- створення нових робочих місць, пов'язаними в першу чергу з появою нових професій;
- виробництво інформаційних послуг як певний вид економічної діяльності;
- можуть виступати як товар й таким чином бути об'єктом купівлі або продажу;
- завдяки їм зростає ВВП на душу населення.

Динаміка ринку ІТ з 2008 по 2017 рр. представлена на рисунку 1.

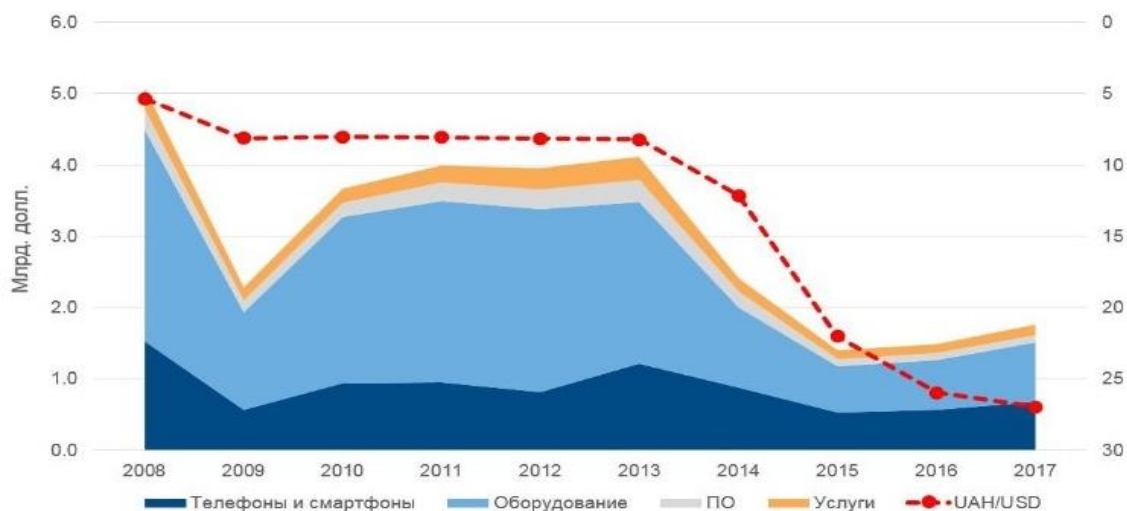


Рис. 1. Динаміка українського ІТ-ринку [4]

Як згадувалось раніше, наша країна має проблеми з розвитком ІТ-сфери, тому що є фахівці, але немає бази. Виходить, що люди вчаться в цій сфері, щоб зі своїми знаннями виїхати в іншу країну і піднімати там ВВП на душу населення. Багато талановитих українців повиїжджали до різних країн для того, щоб розвиватися в даній галузі. Однак усі придумані технології приписуються приймаючій країні, а не національності людини. Як приклад можна взяти Дмитра Герасименко – українець, уродженець міста Ніжин, сьогодні резидент Сінгапуру. Він створив великий SEO-сервіс Ahrefs і контрольний аналізатор, який, за оцінками Owler заробляє \$ 4,4 млн на рік. Пошуковий робот Ahrefs вже займає друге місце за активністю після Google і випереджає по ефективності конкурентів.[5]

Ще один яскравий приклад – месенджер WhatsApp, який створив українець, але за межами нашої країни. Кум Я. Б. народився в Києві, імігрував в США, влаштувався на роботу в Yahoo. Він створив WhatsApp в 2009 р., а в 2014 р. Facebook придбав месенджер за 19 млрд дол. США [6]. Тому «відплив умів» – одна з глобальних проблем для економіки нашої країни.

Крім цього можна виділити ще такі важливі проблеми для розвитку ІТ-сектору в Україні:

- практична відсутність державного регулювання галузі;
- масова міграція фахівців;
- відсутність конкуренції для галузі з боку ресурсів;
- відсутність захисту інтелектуальної власності;
- робота «в тіні»;
- нерозвиненість механізмів стимулювання при впровадженні ІТ-технологій;
- низький рівень управлінських компетенцій у керівників;
- нерозвиненість і висока вартість інфраструктури ІТ-ринків;
- знання у сфері інформаційних технологій видозмінюються дуже швидко, а система навчання у ВНЗ не встигає за темпами їх оновлення.

Однак, експерти прогнозують, що ІТ-галузь в найближчі 5 років буде зростати в Україні швидкими темпами. Це пов'язано з приходом до влади нового

президента – Зеленського В.О., який бачить Україну як інформаційну країну. 28 травня 2019 р. командою президента розроблено beta-версію проекту LIFT, в рамках якого, за ідеєю авторів, повинні об'єднатися кваліфіковані фахівці та інновації, щоб «забезпечити позитивні зміни в країні, її комплексне соціально-економічний і культурний розвиток». Тож можна вважати, що покладені перші кроки до розвитку економіки в сфері ІТ [7].

**Висновки.** Україна має великі перспективи розвитку ІТ-технологій, але зараз рух в цьому напрямку повільний. Для прискорення цього процесу необхідно вирішити ряд проблем, в першу чергу – стабільність економіко-політичного середовища. Окрім цього треба знайти шляхи залучення молодих спеціалістів в українську ІТ-галузь, виділити бюджет на галузь (спочатку треба понести збитки, які потім будуть приносити дохід), скоригувати законодавство України (особливо в захисті інтелектуальної власності); підтримувати галузь з боку держави, поліпшити податкову систему для виходу з «тіні» тощо.

*Список використаних джерел:*

1. Z-Україна: статистика, економіка, політика [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zet.in.ua/statistika-2/rynok-it-ukrainy-v-kontekste-mira/>
2. Архипова З. В. Інформаційні технології в економіці / З. В. Архипова, В. А. Пархомов. – Іркутськ : БГУЕП, 2010. – 278 с.
3. Філімонова Е. В. Інформаційні технології в економіці / Е. В. Філімонова, Н. А. Черненко, А. С. Шубін. – Ростов н/Д : Фенікс, 2012. – 389с.
4. КО: ІТ для бізнесу [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [https://ko.com.ua/ukraine\\_it\\_market\\_2008-2017\\_115358](https://ko.com.ua/ukraine_it_market_2008-2017_115358)
5. AIN.UA – Інтернет бізнес в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://ain.ua/2019/05/22/istoriya-ahrevs-dmitriya-gerasimenko/>
6. 112.UA – Новини України та світу [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<https://112.ua/mir/osnovatel-i-gendirektor-messendzhera-whatsapp-pokinul-svoy-post-443781.html>
7. Цензор.НЕТ – Українські новини [Електронний ресурс]. - Режим доступу:[https://censor.net.ua/news/3129199/priglashayutsya\\_vse\\_komanda\\_zelenskogo\\_zapustila\\_sot\\_sialnyyi\\_lift](https://censor.net.ua/news/3129199/priglashayutsya_vse_komanda_zelenskogo_zapustila_sot_sialnyyi_lift)

**Buchniev Maxym.,** PhD, Associate Professor  
Volodymyr Dahl East Ukrainian national  
university, Severodonetsk, Ukraine

## **REFERENCES FOR THE DEVELOPMENT OF CONDITIONS OF ENHANCING THE EFFICIENCY OF DECISIONS IN THE AUTHORS OF THE PUBLIC AUTHORITY**

In the context of transformation processes and reform in the state, the issues of improving the processes related to the public administration system are urgent, so the priority areas of implementation are first of all improving the professional skills of the personnel and updating the approaches to public administration as a whole.

Today, the professional training of public officials is informational or academic in nature, which is not positive compared to international experience. Having studied the

international experience of the quality of training of public servants, we can distinguish the general requirements:

- the status of a public servant is enshrined in legal documents;
- availability of basic education;
- the presence of special profile training.

Vocational training of an informative or academic nature slows down the process of meeting the needs of public authorities in professional and competent employees who are able to perform managerial functions and promote innovative processes.

Studies of domestic scientists have shown that recently the requirements for the professional training of civil servants, under which Kivalov SV [1, p. 250-251] proposes to understand the acquisition of education of the appropriate educational and qualification level in the specialties aimed at professional activity in the civil service, as well as postgraduate studies, doctoral studies of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine, other educational institutions or scientific institutions in the specialties of educational field Governance"; training in the programs of functional specialization "Civil Service", obtaining higher education in the specialties of other branches, aimed at activities in a certain area of public administration. That is, vocational training is a process aimed at systematically increasing the knowledge, skills and abilities of civil servants.

The purpose of the article is to substantiate the conceptual foundations for improving public administration and the main directions of increasing the effectiveness of administrative decisions in public authorities.

The system of vocational training includes educational institutions that carry out educational and vocational training programs, retraining and professional training programs for civil servants and officials of local self-government, specialization programs in the field of training "Public Administration", and bodies responsible for the management of training, retraining and training. improving the qualification of civil servants and local government officials.

Thus, the system of professional training of civil servants contains the following components:

- training of civil servants as training for the purpose of obtaining a person with a new educational qualification level for him / her in the specialty aimed at professional activity in public authorities or local self-government (in this case, the training of a person who is already at the civil service and the person who is purposefully preparing for the civil service);

- retraining of civil servants, as training for the purpose of obtaining a certain educational and qualification level in another specialty (specialization), aimed at professional activity in public authorities or local self-government;

- training of civil servants as training aimed at promotion, ie achievement of a certain certain level of general managerial culture and specializing within a certain category of positions and specialization in particular functions, tasks, powers determined by the actual needs of the present (for a specific person, body government or local self-government, for a specific change in public-service relations, etc.) [2].



An analysis of job-related training needs is similar in the two conditional groups. Higher-level executives in both conditional groups are more likely to initiate learning. But there are also differences in this issue (Table 1).

Table 1

Features of training and attitude to it		
Features of training	The sphere of public administration	Business sphere
Learning Expectations	Career advancement, higher pay	Improving the productivity of their work and income
Requests for training content	General training, raising the cultural level	Practical orientation in accordance with the requests of the company
The mood for methods	More traditional and status	Interactive, practical
Payment for tuition	Due to the organization	Ready to pay yourself

The table shows that:

- the training or professional development of a municipal employee is more related to his promotion up the career ladder and, consequently, to the salary increase;
- training a specialist business organization is associated with the expectation of increasing the productivity of their own work and further increase in wages through new skills or knowledge;
- the content of the training of the municipal employee does not have direct access to the requests for practice;
- the content of training in a business organization is based on the requests of the enterprise;
- the content of the training of municipal employees is based on the programs existing in the educational institution;
- expectation and delivery of training at the municipal service is based more on traditional methods (lectures);
- Professionals of business organizations are ready to study at courses and schools, not licensed, but capable to give real skills;
- Professionals of business organizations are more willing to bear personal expenses (financial and temporary) for their own professional development.

It is indisputable that it is important to improve the system of professional training of civil servants by studying the best foreign achievements in this field and international cooperation on the training of civil servants.

In the conditions of transformation of market relations objectively complicate the task of managerial decision making: the socio-economic situation in Ukraine is characterized by a rather high degree of complexity of relations, uncertainty of information about the characteristics of economic objects, the dynamics of ongoing processes.

It has been found out that the main task of the national scientific school for improving management decisions at the present stage is to minimize the impact of the institutional approach on this process. However, solving this problem does not remove the human factor problem in decision making. Therefore, it is necessary to develop such

a management decision-making scheme that would ensure a balanced distribution of reactive response, analogues of experience, scientific methods and models, intuition, and managerial skills in management.

Changes that take place in society require constant updating of professional knowledge, understanding and formation of new skills and abilities of specialists. To improve the skills and work motivation of employees, modern organizations need to manage the process of professional development of staff, in every possible way to promote the continued professional growth of the personnel of the organization. The effectiveness of the state, the results of its economic and social-legal functions it is determined primarily by the system and structure of the created governing bodies in all branches of government, the hierarchy of their structure, and ultimately - by professionals, quality composition of human resources [3].

*Список використаних джерел:*

1. Ківалов С. В. Державна служба в Україні / С. В. Ківалов, Л. Р. Біла. – Одеса : Юридична література, 2013. – 368 с.

2. Система професійного навчання державних службовців // Режим доступу. – [Електронний ресурс] : <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/692/28/>.

3. Бучнев М.М., «Управління знаннями» - як невід’ємна складова покращення якості підготовки персоналу організації / Бучнев М.М., Анучкіна Т.В. // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – №23. – С. 28-32.

**Веремій Я.С.**, студентка

**Костюк В.А.**, к.е.н., доцент

Національний університет біоресурсів і  
природокористування України,

М. Київ, Україна

### **ТЕНДЕНЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ**

Інноваційність відіграє для банків надзвичайно важливе значення, оскільки окреслює напрями подальшого розвитку усього банківського сектору в цілому. Саме на інноваційних технологіях та ідеях базується стратегічне орієнтування банківських установ, а отже, банківські інновації виступають і метою, і необхідною умовою довгострокового функціонування банківського ринку.

Загальновідомо, що поведінка клієнтів піддається постійним змінам і банківським інституціям потрібно враховувати це, інакше виникає розрив у стосунках між банками, що надають фінансові послуги і споживачами, які ними користуються. Сьогодні дані пустоти активно та успішно заповнюються такі небанківські конкуренти як PayPal, Apple, Starbucks, Square, P2P-кредитори та інші, які здійснюють обслуговування клієнтів за допомогою нових технологій, не обмежених традиційним банкінгом і системою платежів. Такі умови у розвинутих країнах породили новий клас споживачів фінансових послуг, яким немає необхідності використовувати банківський рахунок для роботи в системі і вони відмовилися від банківських послуг традиційного характеру на користь рахунків PayPal, мобільних платежів, передоплачених дебетових карт та інших можливостей, що дають змогу їм обійти банківську систему і значно дешевше

скористатися послугами. Внаслідок чого постійно зростає велика кількість людей, які не охоплені банківськими послугами, які не мають пластикових карток, банківських рахунків, проте користуються грошима, так звані «позабанківські» споживачі фінансових послуг [1].

Порівнюючи ринок дистанційного банківського обслуговування України і країн Західної Європи та США, можна побачити значне відставання українського, який знаходиться на рівні переходу до другої стадії, проте деякі банківські установи, такі як ПриватБанк, ПУМБ у процесі переходу до третьої стадії розвитку дистанційного банківського обслуговування. Тому Україна володіє значним потенціалом зростання послуг дистанційного банківського обслуговування, про що свідчить значна кількість користувачів мережі Інтернет.

Згідно з дослідженнями закордонних аналітиків найважливішими глобальними тенденціями банківських інновацій протягом останніх років стали: монетизація даних, соціальна цінність, робототехніка, банківництво речей, розважальні транзакції, постійна доступність, інтернет-банкінг, безкарткові розрахунки, банківництво без банків (на ринок виходять так звані FinTech компанії, які замінюють банки у наданні колись зовсім банківських послуг. Такі компанії розробляють унікальні інноваційні пропозиції і пропонують більш гнучкі і часто вигідніші умови використання своїх продуктів) [2].

Основними напрямками українських банківських інновацій в останні роки стали:

1. Інтернет і мобільний банкінг та значне розширення банківських операцій, які доступні через ці системи.
2. Безкарткові розрахунки через мобільний телефон.
3. Активізація присутності в соціальних мережах.
4. Доступність терміналів самообслуговування.
5. Режим роботи "24/7".
6. Електронна решта (послуга, коли решта в копійках переводиться на рахунок чи поповнює мобільний телефон клієнта).
7. Індивідуалізація потреб клієнтів (застосовується переважно для VIP-клієнтів банку).

Прикладом застосування інноваційної стратегії лідерства на ринку банківських послуг України виступає ПриватБанк, дана стратегія забезпечила високі темпи зростання кількості клієнтів, депозитної бази банку, що обумовило значні темпи підвищення вкладень в активні операції. Тому, за останні 10 років активи ПриватБанку зросли в 13,9 разів, депозитна база – в 13,1; капітал – у 15,5 разів, що суттєво перевищувало середні показники зростання по банківській системі (9,8; 7,9; 8,0 – відповідно).

Українська практика поєднує у собі багато варіантів дистанційного банківського обслуговування, проте базовою та найбільш поширеною інновацією вважається інтернет-банкінг. Ця технологія здійснює віддалений доступ до банківських послуг за допомогою веб-браузера, і яка є найбільш перспективною, зручною та прогресивною. Стрімкий розвиток інтернет-банкінгу в Україні провокує зростання інтернет-користувачів [3].

Моніторинг розвитку інтернет-банкінгу в Україні дав змогу виокремити банки-лідери та визначити значну диференціацію у розвитку систем дистанційного банківського обслуговування роздрібних клієнтів.

Варто відмітити, що найбільший функціонал у Приватбанку, 37 опцій доступно в системі Інтернет-банкінгу Першого Українського Міжнародного Банку, 35 – в Альфа-Банку. Однією з найпопулярніших послуг до якої проявляють інтерес користувачі інтернет-банкінгу є можливість дистанційно оплачувати комунальні послуги. Більше 70% операцій – це грошові перекази, поповнення мобільних телефонів і оплата комунальних послуг.

Проте погоня за технологічними новинками може містити свої пастки. Адже інноваційна технологія може бути просто не сприйнята споживачами, а вкладені кошти не окупляться. Отже, необхідно, щоб банківська інновація була економічно доцільною для банку і корисна для клієнтів.

#### *Список використаних джерел:*

1. Кинг Бретт. Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете / Кинг Бретт [Пер. с англ. М. Мацковской]. – М : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2016. – 520 с.
2. Шуба М.В. Світові тренди банківських інновацій / М.В. Шуба, А.О. Рудник // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". — №12. — 2015. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4638>
3. Рошило В.І. Інновації в банківській сфері / В.І. Рошило // Аналітично-інформаційний журнал "Схід". Економічні науки. — 2017. — №2. — С. 15—20.

**Волинець І. Г.**, к.е.н., доцент

**Трохимчук О. В.**, студент

Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ГЕНЕЗИС ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Перехід на ринкові відносини висуває нові цілі щодо виробництва, розглядає його як виробництво, орієнтоване на споживача, що створює умови для випуску продукції, здатної протистояти конкурентам, як гнучке, здатне в будь-який момент часу перебудуватись на виробництво інших видів продукції при зміні попиту, як оптимальне, що функціонує з найменшими витратами. Це свідчить про багатоплановість завдань, що стоять перед організацією виробництва, вирішення яких дозволяє дати відповідь на питання, чим необхідно підприємству займатися, щоб успішно господарювати.

Кожний суб'єкт господарювання має свої специфічні завдання щодо організації виробництва і кожне з них визначає, як краще поєднати предмет і знаряддя праці, щоб перетворити предмет праці в продукт необхідних властивостей з найменшими витратами робочої сили і засобів виробництва.

Виробнича діяльність (виробничий процес) – основна ланка функціонування будь-якого промислового підприємства, що займається виготовленням готової продукції або товарів.

Дослідження виробництва стали активно проводитися в XVIII ст. у зв'язку зі становленням і розвитком капіталістичного способу виробництва. Машинне виробництво призвело до заміни спеціалізованої трудової діяльності мануфактурного робітника діями потужних високовиробничих механізмів. Весь процес був розділений на складові фази. Відкрилися широкі можливості для технологічного застосування науки, розвитку прикладних досліджень, пов'язаних з матеріальним виробництвом. Велике машинне виробництво зажадало злагодженої дії всіх ланок, встановлення та суворого дотримання певних норм і пропорцій між усіма сторонами виробництва. Виникли також проблеми, як забезпечення пропорційності числа робітників і машин, їх продуктивності та темпів роботи. З'явилися різноманітні завдання управління виробництвом, починаючи від технічної підготовки виробництва, конструювання намічених до виробництва виробів, проектування технологічних процесів та ін. Це створило необхідність у забезпеченні узгодженості та злагодженості різних робіт.

У міру зростання масштабів виробництва, ускладнення його структури та обсягу, розвитку спеціалізації і кооперування, поглиблення поділу праці розширювалися завдання управління виробництвом. При цьому мова не йде тільки про інженерно-технічне керівництво виробництвом. Функція управління виробництвом значно ширша і пов'язана із забезпеченням складного комплексу організаційних, економічних, соціальних проблем. Без цього неможливе нормальне функціонування виробництва. Об'єктивна необхідність функції управління зростала в міру вдосконалення засобів праці.

Новий зміст і широкі масштаби управлінська діяльність набула в умовах монополізованого капіталізму. Для цього періоду характерні зростання апарату управління і суттєва зміна його функцій. Форми управлінської діяльності стали надзвичайно різноманітні. Для забезпечення функціонування складної ієрархічної системи управління необхідна величезна кількість внутрішньої і зовнішньої інформації. Ця інформація накопичувалася в різних ланках і відділеннях управлінської системи. Збільшився обсяг робіт, пов'язаних з отриманням, зберіганням, оформленням, обробкою інформації. Це призвело до зростання чисельності управлінського персоналу.

В апараті управління виникли спеціалізовані підрозділи, що виконують різні функції: технічної підготовки і вдосконалення виробництва; управління персоналом та організації праці; оперативного управління і контролю виробництва; ремонту та обслуговування обладнання; матеріально-складського та транспортного господарства; збуту продукції; бухгалтерії та фінансів та ін.

Поступово на капіталістичних підприємствах стали завойовувати позиції науково-технічний та інженерний підхід до організації управління виробництвом та іншими сферами діяльності капіталістичного підприємства. Це сприяло появі нової галузі прикладних промислових знань.

Першим науковцем, який почав досліджувати процес виробництва, був Ф. Тейлор. Зокрема, свою увагу він приділив проблемам впровадження техніки і технології у виробництво, висунув ряд пропозицій та ідей, що стали основоположними у розвитку суспільного виробництва.

Для досягнення основної мети діяльності підприємства – збільшення продуктивності праці – вчений розробив пропозиції, що спрямовувалися на ефективне використання праці робітників та засобів виробництва; введення суворого контролю за використанням матеріалів та інструментів; стандартизацію робочих операцій; точний облік робочого часу; дослідження трудових операцій шляхом розкладання їх на складові елементи і хронометражу, встановлення контролю за кожною операцією [1].

Дослідження Ф. Тейлора спрямовувалися на розвиток системи стосунків «робітник-управлінець», що забезпечувала більший обсяг випуску продукції, нижчу її собівартість, вищу заробітну плату та гармонію у стосунках керівного апарату і робітників.

У результаті своїх досліджень Ф. Тейлор обґрунтував необхідність поділу праці безпосередньо у сфері управління; виділив функцію планування як самостійну; запропонував заздалегідь планувати методи роботи і виробничу діяльність підприємства в цілому. У дослідженнях вченого міститься розробка різних систем відрядної оплати праці відповідно до науково обґрунтованих методів нормування праці [1].

Послідовником Ф. Тейлора був і Г. Гант, до науково-практичного доробку якого відносять:

- впровадження акордно-преміальної системи оплати праці, якою доповнив відрядну оплату праці, запропоновано Ф. Тейлором;
- графічне щоденне співставлення фактично виконаних обсягів роботи з плановими показниками («графік Ганта»);
- запровадження в організацію виробництва нормативів часу;
- створення планового відділу у виробничих організаціях;
- встановлення контролю за витратами і запасами виробництва [2].

Ще одним вченим, який зробив великий внесок у розвиток виробництва, став американський вчений Г. Емерсон. Він досліджував проблеми раціональної організації праці робітників та досягнення максимальної ефективності продуктивності праці. Г. Емерсоном сформульовано дванадцять принципів продуктивності:

1. Чітко сформульовані ідеали і поставлені цілі.
2. Здоровий глузд.
3. Компетентна консультація.
4. Дисципліна.
5. Справедливе ставлення до персоналу.
6. Швидкий, надійний, точний і постійний облік.
7. Диспетчерування.
8. Норми і розклади.
9. Нормалізація умов.
10. Нормування операцій.
11. Писані стандартні інструкції.
12. Винагорода за продуктивність [3].

Відповідно, виробничу діяльність можна визначити як сукупність цілеспрямованих процесів, які обумовлені технологією виробництва продукції та здійснюються людьми, у результаті яких предмети праці перетворюються в готову продукцію, змінюючи при цьому свій склад, стан, форму та отримуючи нові властивості.

*Список використаних джерел:*

1. Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента [пер. с англ. А. И. Зака ; под ред. и с предисл. Е. А. Кочерина]. М. : Журнал “Контроллинг”, 1991. 104 с.
2. Шелдрейк Дж. Теория менеджмента : от тейлоризма до японизации / Пер. с англ. Под ред. В. А. Спивака. СПб : Питер, 2001. С. 63.
3. Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности [пер. с англ. (перевод с издания 1931 года)]. М. : Экономика, 1972. 223 с.

**Волобуєв М.І.**, к.м.н., доцент

**Деркач Я.Л.**, студентка 5к

Київський національний торговельно-економічний університет

м. Київ, Україна

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Одним з найважливіших на сьогодні векторів розвитку України є прагнення до інтеграції в сучасну європейську економічну систему. Для того, щоб мати можливість стати в один ряд з розвиненими європейськими державами Україні необхідно втілити в життя велику низку законодавчих ініціатив та впровадити їх на високому рівні. При цьому перед нашою державою постає питання дотримання тих обов'язкових вимог, що ставляться в європейських державах (та й в інших розвинених державах світу) перед підприємствами для того, щоб вони мали можливість визначати себе як сучасні та передові. При цьому мова йде, в першу чергу, не стільки про впровадження в діяльність підприємства сучасної техніки та технології. Одним з найважливіших векторів розвитку сучасного підприємства на світовому ринку є впровадження в практику принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Питанням впровадження та впливу на діяльність підприємства корпоративної соціальної відповідальності вивчали такі відомі та визнані теоретики та практики менеджменту, як Колот А.М., Сардак С.Е., Керолл А., Гасленко К.С., Мескон М., Колот А.М., Сардак С.Е., Керолл А., Гасленко К.С., Мескон М., Харламова А.О., Іванова Т.В. та багато інших. В своїх дослідженнях науковцями приділяється суттєва увага тим перевагам, що отримує підприємство від впровадження корпоративної соціальної відповідальності.

Такими перевагами для підприємства стають [1, 2, 4, 6]:

- Удосконалення процесів управління на підприємстві
- Покращення іміджу підприємства на ринку
- Покращення життєздатності підприємства

- Збільшення конкурентоспроможності підприємства у порівнянні з тими підприємствами, які не впроваджують принципи корпоративної соціальної відповідальності

- Відповідність політики підприємства соціокультурним нормам суспільства

- Удосконалення шляхів вирішення соціальних проблем

- Збільшення долі ринку

- Зниження соціальних та економічних ризиків на підприємстві

- Отримання нових можливостей через участь у соціальних програмах

- Позитивне ставлення фінансових інститутів держави та світу

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність надає певні переваги та позитивні ефекти при використанні на підприємстві.

Але, на нашу думку, замало уваги приділяють науковці та дослідники тим недолікам, які можуть виникнути на підприємстві при розробці та впровадженні корпоративної соціальної відповідальності. Такими недоліками можуть бути [3, 5, 7]:

- Зменшення прибутку через недотримання принципу максимізації прибутку

- Витрати на необов'язкову соціальну активність

- Розмивання бізнесових цілей та можливий їх конфлікт з принципами корпоративної соціальної відповідальності

- Можливість невідповідності соціальної активності підприємства очікуванням суспільства

- Негативне ставлення представників бізнесу, які не підтримують принципів корпоративної соціальної відповідальності

- Залежність поведінки та напрямку діяльності підприємства від соціальних потреб суспільства

- Збільшення собівартості продукції/послуг через витрати на соціальну активність та неможливість утримати ринкову їхню конкурентоспроможність

- Використання корпоративної соціальної відповідальності для реклами підприємства без свідомого ставлення до нього

#### ***Список використаних джерел:***

1. Corporate social responsibility [Electronic resource] : [about] // As You Sow : organization's website. – Available from: <http://www.asyousow.org/about-us/theory-ofchange/corporate-social-responsibility>. – Viewed 01.02.2016. – Title from screen.

2. Білан О.С. Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності // Економіка і суспільство. 2017. - № 11. – С. 166 – 169.

3. Косар Н. С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні / Н. С. Косар, В. М. Пилипенко, Н. Є. Кузьо // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. - 2014. - № 811. - С. 176-183.

4. Кривоус В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті формування партнерських взаємовідносин між державою, бізнесом та суспільством / Журнал європейської економіки. 2016. Т. 15, № 2. С. 172- 182.

5. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180с.



6. Сардак С.Е., Гасленко К.С. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти // Економіка і суспільство. – 2017. – Вип. 12. – С. – 342 - 347.

7. Харламова А. О. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії / А. О. Харламова. // Ефективна економіка. - 2012. - № 9. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2012\\_9\\_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_9_51)

**Вольбин В. В.**, аспірант  
**Валенко С. А.**, студент  
**Науковий керівник: Лупак Р. Л.**,  
д.е.н., професор  
Львівський торговельно-економічний  
університет, м. Львів, Україна

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-СТРУКТУРНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ І ДІЯЛЬНОСТІ СЛУЖБИ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління таким важливим функціональним напрямом діяльності підприємства як економічна безпека потребує створення служби безпеки або принаймні делегування і розподілу відповідних функцій на інші структурні підрозділи чи виконавців. При цьому дії мають спрямовуватися на: забезпечення життєздатності і сталого розвитку підприємства; організацію взаємодії (у разі необхідності) з підрозділами служб безпеки інших підприємств, у т.ч. фінансово чи комерційнопов'язаних; проведення моніторингу загроз і ризиків, виявлення їх факторів та джерел, реалізацію превентивних заходів на їх вплив; вироблення механізму мінімізації загроз і ризиків, здійснення комплексу заходів, що забезпечують захищеність майна та інтересів підприємства.

Створення додаткового структурного підрозділу завжди пов'язане з фінансовими та управлінськими витратами. Але коли йде мова про забезпечення виживання суб'єкта господарювання в складних умовах недосконалого конкурентного та інституціонального середовища, та створення такої структури об'єктивно необхідне. Попри те створення відділу безпеки дозволяє також і управляти забезпеченням не лише простого, але й розширеного відтворення суб'єкта господарювання упродовж життєвого циклу функціонування. Саме тому, оцінюючи ефективність функціонування служби безпеки підприємства, потрібно враховувати як вчасне виявлення джерел загроз їх попередження шляхом розробки і виконання завдань та дотримання принципів економічної безпеки підприємницької діяльності, так і вплив на розвиток підприємства.

Досягнення цього потребує дотримання наступних принципів при створенні служби безпеки підприємства: планування створення відділу; прогнозування життєвого циклу; цілевстановлення та визначення місії підприємства; плановості, керованості та поступальності у розвитку; адаптивності до змін ринкового середовища, попиту на продукцію; диверсифікації діяльності; оптимізації ресурсного капіталу; припинення діяльності після виконання місії та цілей і проходження життєвого циклу підприємством [1, с. 305-322; 2, с. 12-17; 3].

Основними передумовами створення служби безпеки підприємства є необхідність нівелювання таких ризиків та перешкод ведення суб'єктом господарювання підприємницької діяльності:

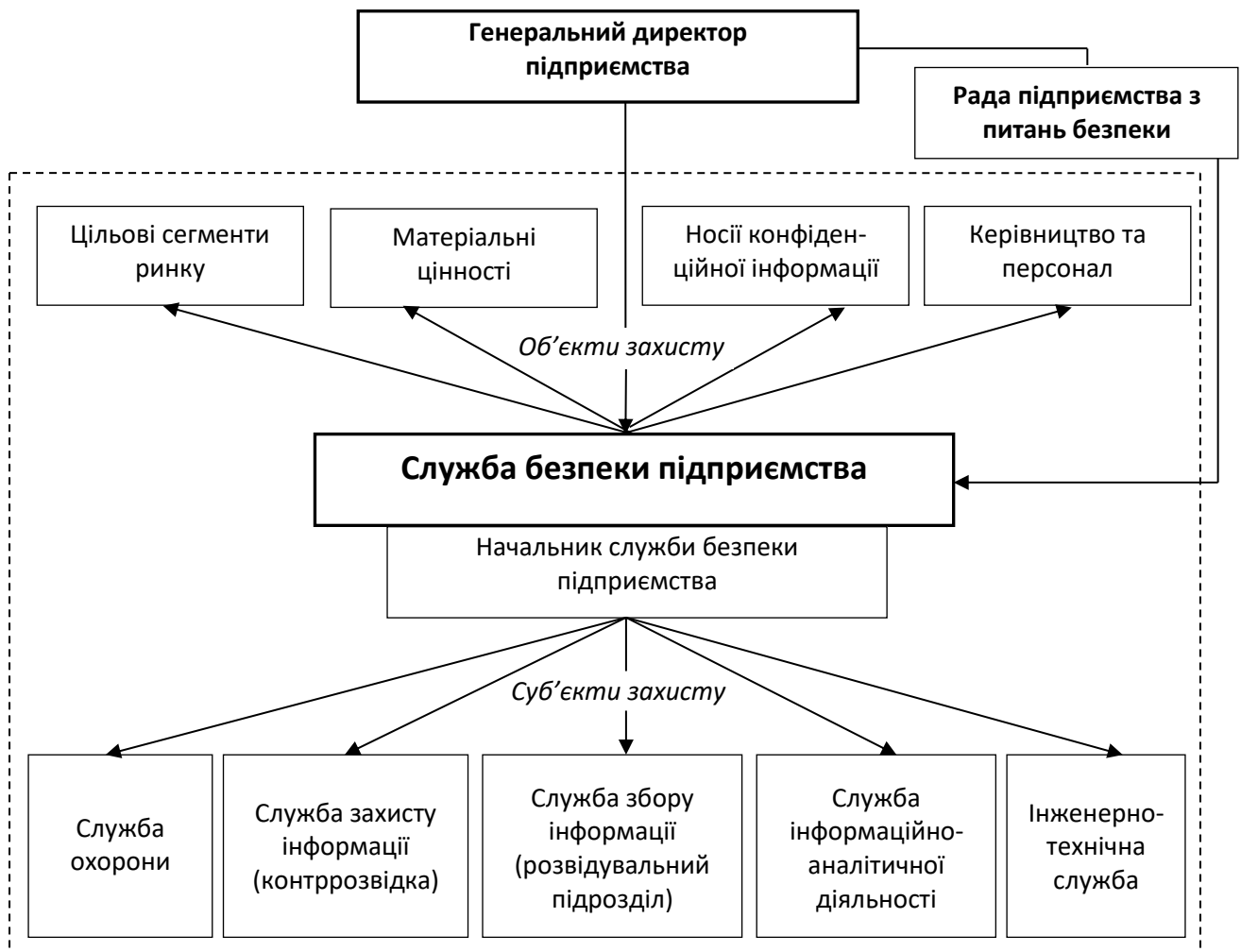
– внутрішніх (втрати значних фінансових ресурсів через недостатньо ефективне управління ними; умисні неправомірні дії чи бездіяльність працівників підприємства; критичне відставання від конкурентів за рівнем техніко-технологічного забезпечення та техніко-технологічної модернізації; істотне зменшення попиту, зумовлене помилками при обранні ринкових сегментів; погіршення достовірності та втрата доступу до інформації; збитки та втрати через невідповідність екологічним нормам; втрати внаслідок низького рівня фізичного захисту персоналу, майна підприємства, порушення пропускового та внутрішньо-об'єктного режимів);

– зовнішніх (ускладнення доступу та збільшення вартості фінансових ресурсів; непередбачувані зміни ринкової кон'юнктури; погіршення дисципліни поставок; негативні дії суб'єктів ринку; втрати зумовлені недоліками системи захисту прав власності та економічних інтересів інвесторів; форс-мажорні обставини включно з загостренням внутрішньополітичної ситуації, націоналізацією, конфіскацією товарів і підприємств, введенням ембарго; істотне збільшення вартості програмного забезпечення; розголошення третіми особами конфіденційної інформації, що завдає шкоди фінансово-господарській діяльності підприємства; природно-кліматичні та техногенні форс-мажорні обставини; втрати через дії кримінальних угруповань, рейдерство, напад на персонал, пограбування, крадіжки, знищення чи псування майна підприємства, промисловий шпіонаж).

Загалом, класичним слід вважати підхід до побудови організаційної структури служби безпеки підприємства, відображений на рис. 1.

У нормативних документах з організації діяльності служби безпеки підприємства виокремлюють конкретні об'єкти, що підлягають захисту від потенційних загроз і протиправних посягань, такі як: персонал (керівники підрозділів підприємства, персонал, який володіє інформацією, що становить комерційну таємницю); матеріальні засоби праці та фінансові кошти (приміщення, споруди, устаткування, транспорт, валюта, коштовні речі, фінансові документи); інформаційні ресурси з обмеженим доступом; засоби та системи комп'ютеризації діяльності підприємства; технічні засоби та системи охорони й захисту матеріальних та інформаційних ресурсів. При цьому безпосередня організація забезпечення безпеки перерахованих об'єктів покладена на суб'єктів безпеки підприємства, а саме відповідних внутрішніх підрозділів, служб, а також зовнішніх відомств та установ [4, с. 136-142; 5, с. 271-298; 6, с. 167-171].

Таким чином, діяльність служби безпеки підприємства має переважно упереджений характер і передбачає своєчасне здійснення заходів координаційного впливу на ситуацію з метою протидії нанесенню матеріальної, фінансової, моральної або фізичної шкоди підприємству та його персоналу, забезпечення захищеності економічних інтересів підприємства та його засновників



**Рис. 1. Об'єктно-суб'єктивний склад та організаційна побудова служби безпеки підприємства**

Так, координаційна роль служби безпеки проявляється також в тому, що, по-перше, необхідна своєчасність виявлення та подання керівництву підприємства необхідної інформації (цілком очевидно, що відсутність або запізнювання відповідної інформації не дозволить вжити заходів щодо ліквідації або нейтралізації загроз діяльності підприємства); по-друге, необхідне формування якісної інформації; по-третє, сфера дій розвідки повинна знаходитися у зовнішньому середовищі функціонування підприємства. Саме зовнішнє середовище функціонування підприємства є основним «полем» діяльності служби безпеки, що включає постачальників, посередників, кредитно-фінансові установи, споживачів тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки : монографія / за ред. Васильців Т. Г., Лупака Р. Л. Львів : Вид-во ННВК «АТБ», 2019. 552 с.
2. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Ідентифікація загроз економічній безпеці в процесі посилення імпортозалежності. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. Вип. 55. С. 12-17.

3. Лупак Р. Л. Засоби та об'єкти державної політики зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на внутрішньому ринку України. *Глобальні та національні проблеми економіки* : електрон. наук. фахове вид. 2017. Вип. 20. URL : <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/35.pdf>.

4. Лупак Р. Л. Розвиток підприємництва в умовах імпортонасичення внутрішнього ринку України. *Підприємництво і торгівля* : зб. наук. пр. Львів, 2018. Вип. 22. С. 136-142.

5. Лупак Р. Л. Державна політика імпортозаміщення в системі забезпечення економічної безпеки України: пріоритети та інструменти реалізації: монографія. Львів : Вид-во ННВК «АТБ», 2018. 527 с.

6. Лупак Р. Л., Юсипович О. І., Лаба Г. Р. Ключові фактори успіху як системна умова забезпечення конкурентоспроможності підприємств. *Економічний форум*. 2019. № 2. С. 167-171.

**Габор В. С.** к.е.н., доцент  
Відокремлений підрозділ Національного  
університету біоресурсів і природокористування  
України «Бережанський агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

## **ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ**

Сталий розвиток сільськогосподарського виробництва досягається на основі зміцнення потужності аграрного потенціалу шляхом органічного поєднання його кількісних та якісних складових. Для успішного розвитку сільського господарства слід не тільки забезпечити його відповідними ресурсами, але й створити необхідні умови для їх раціонального використання на основі застосування сучасних досягнень науки і техніки. Україна має великий потенціал розвитку сільського господарства, в основі якого неповністю задіяний у виробництві людський капітал, високопродуктивні земельні угіддя, сприятливі природно-кліматичні умови, вигідне для торгівлі географічне положення тощо.

Розвиток аграрного сектору, який є пріоритетним і ключовим у відродженні всієї економіки та в піднесенні життєвого рівня людей, визначається передусім забезпеченням ресурсами живої праці і ефективністю їх використання. За даними Світового банку, у країнах з перехідною економікою зростання виробництва найбільше забезпечують людські ресурси, за ними йдуть виробничі і природні фактори. Тому на особливу увагу в структурі аграрного потенціалу підприємства заслуговує трудовий потенціал.

В умовах трансформації аграрного сектора економіки трудовий потенціал як складова частина виробничого потенціалу відіграє вирішальну роль у розвитку народногосподарського комплексу країни. Від повноти і ефективності використання трудового потенціалу населення залежать темпи розвитку економіки, підвищення рівня життя та добробуту населення.

Трудові ресурси, згідно чинного законодавства України – це частина населення країни, яка володіє необхідним фізичним розвитком, знаннями та практичним досвідом для роботи в народному господарстві [1]. Стосовно сільського господарства, під трудовими ресурсами слід розуміти не тільки ту їх частину, що

безпосередньо зайнята у суспільному виробництві, а й та, яка використовується в особистому селянському господарстві та проходить професійну підготовку. Ефективність використання трудових ресурсів значною мірою формує успіх господарювання. На відміну від трудових ресурсів, трудовий потенціал – це конкретні працівники, ступінь можливого використання яких у виробництві залежить насамперед від якості системи управління.

Світовий розвиток довів, що головним багатством будь-якого суспільства є люди, а провідним критерієм економічного і суспільного прогресу – ступінь розвитку та задоволення їх потреб. Все багатство на землі створюється людьми. За даними відомого англійського економіста Уільяма Петті праця виступає батьком багатств, а земля – його матір'ю. Матеріально-технічні ресурси, які використовуються для накопичення багатства, дають корисний результат лише через технологічні знання, що втілені в людині. У сучасних умовах економічне багатство буде у того, хто володіє якісним людським капіталом.

Людський капітал – відносно нова економічна категорія, яка була введена в науковий оборот у 60-х роках минулого століття американськими економістами. Цей термін застосовують для характеристики того, як освіта та кваліфікаційна підготовка підвищують якість робочої сили та сприяють розвитку матеріальних благ.

Дослідивши національне багатство 192 країн, Світовий банк визначив, що головним його показником є людський капітал, частка якого в середньому дорівнює 64%, тоді як фізичний капітал (тобто нагромаджені матеріально-речові фонди) становить 16%, а природний капітал – 20%. Переваги людського капіталу над матеріально-фізичним особливо проявляються в країнах з високим рівнем доходів. Наприклад, у таких високорозвинених країнах світу, як Німеччина, Швейцарія, Японія його частка становить у середньому 80% [2, с.97].

Недооцінка рівня розвитку людського капіталу як основного ресурсу стало одним з головних чинників негативних соціально-економічних наслідків реформи на селі. Лише за високого рівня розвитку людського капіталу можна раціонально використовувати сучасну високопродуктивну техніку, запроваджувати новітні технології та ефективний менеджмент. Тому на рівні підприємств постає надзвичайно важливої ваги питання масштабного інвестування в людський капітал з метою його ефективного розвитку. Для сільськогосподарських підприємств інвестиції в людський капітал повинні стати не менш актуальними, ніж інвестиції в основний капітал [3, с.234].

У сучасних ринкових умовах аграрному виробництву потрібні якісно нові кадри, здатні бути не просто керівниками і технологами, але й підприємцями, які володіють виробничим менеджментом, здібні глибоко аналізувати і прогнозувати господарську діяльність. Слід забезпечити дійові механізми прийняття участі сільського населення в розробці і реалізації управлінських рішень, які стосуються питань місцевого значення. Значну допомогу в поліпшенні ситуації на ринку праці повинні надавати новоутворенні сільські та селищні громади, які зацікавлені в розвитку аграрнопромислового виробництва і відновленні та створенні сфери соціально-побутових послуг.

### *Список використаних джерел:*

1. Закон України «Про зайнятість населення» Збірник нормативних актів. К.: Атака, 2000.
2. Харкянен Л. Інвестиції в людину – фактор розвитку економіки. Віче. 2000. № 11. С. 97-105.
3. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз. К.: КНЕУ, 2005. 292с.

**Горіна С.В.**, студентка,  
**Науковий керівник: Семерей Ж.В.**,  
д.ф. в обл. ек.,  
Київський університет ринкових відносин,  
м. Київ, Україна

## **КРИТЕРІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ВЛАСНИХ І ПОЗИКОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Істотною причиною кризового стану багатьох вітчизняних підприємств є неналежне виконання фінансовими службами покладених на них функцій, зокрема - відсутність фінансового планування та аналізу, управління ризиками, роботи щодо оптимізації структури активів та пасивів тощо. Досить часто це зумовлене тим, що відповідальність за всю фінансову роботу на підприємстві покладається на бухгалтерію, а фінансові служби або взагалі відсутні, або їхні завдання є невизначеними і не мають нічого спільного з тими, які виконують відповідні служби на підприємствах країн Західної Європи чи США. Позички, які відбиваються в балансі, звітах про фінансові результати, про рух коштів тощо, мають формуватися саме в процесі виконання фінансовим менеджментом підприємства своїх функцій [3, с. 121].

Показовим є те, що на багатьох вітчизняних підприємствах основний напрям пошуку резервів ліквідності, рентабельності та конкурентоспроможності пов'язують із зменшенням рівня оподаткування. Власники, бухгалтерські та фінансові служби підприємств усі свої зусилля спрямовують на лобювання пільгових умов оподаткування, розробку схем легального (а досить часто і нелегального) зменшення податкового тиску. Ті, кому це вдається, можуть досягти збільшення обсягів реалізації, встановивши ціни, менші, ніж у конкурентів, не економлячи при цьому на витратах і не підвищуючи якість продукції. Істотна економія на податкових платежах дозволяє деяким підприємствам забезпечити стабільну ліквідність і платоспроможність навіть за відсутності фінансового планування, аналізу та позитивних зрушень у виробничо-господарській сфері [1, с. 171].

Зрозуміло, що сьогодні податкова політика держави і діяльність вітчизняних податкових органів спрямовані переважно на виконання фіскальної функції, вони не враховують принцип нейтральності оподаткування, відповідно до якого податковий фактор не повинен істотно впливати на рівень ділової

активності. Разом з тим, невірно було б пов'язувати всі фінансові негаразди вітчизняних суб'єктів господарювання лише з дією податкового чинника.

Наслідком підміни роботи з управління фінансами (фінансового менеджменту) бухгалтерською роботою є невиконання елементарних вимог щодо формування окремих позицій активів та пасивів, організації руху коштів, фінансової та інвестиційної діяльності. Хоча, з формальної точки зору, звітність багатьох підприємств складається правильно (у відповідності з вимогами), її параметри залишаються незадовільними. У зв'язку з цим слід зазначити, що важливим критерієм фінансової діяльності підприємств є рівень дотримання їх фінансової рівноваги, тобто збалансування в коротко- та в довгостроковому періоді грошових надходжень та виплат. Одним із способів перевірки рівня забезпечення фінансової рівноваги є визначення відповідності окремих позицій балансу вимогам так званого золотого правила фінансування, зміст якого полягає в необхідності узгодження строків, на які мобілізуються фінансові ресурси, із строками, на які вони вкладаються у реальні чи фінансові інвестиції.

Проблема тут полягає не стільки у дефіциті фінансових ресурсів, скільки в незадовільній роботі фінансових служб щодо управління активами та пасивами, і це пояснюється, насамперед, низькою кваліфікацією фінансового менеджменту [2, с. 29].

Фінансові служби повинні визначити найприйнятніші для конкретних умов можливості фінансування. Важливою є розробка системи критеріїв, з допомогою яких фінансист може оцінити переваги та недоліки залучення позичкового та власного капіталу, зовнішніх і внутрішніх джерел фінансування. До типових критеріїв можна віднести такі [4, с. 150-152]:

1) Прибуток та рентабельність. Слід розрахувати, як вплине та чи інша форма фінансування на результати діяльності підприємства. При цьому необхідно виходити з того, що рентабельність активів підприємства має перевищувати вартість залучення капіталу, а також враховувати, що зростання частки заборгованості в структурі капіталу в окремих випадках може привести до підвищення прибутковості підприємства, а в інших - до її зниження.

2) Ліквідність. Слід розрахувати, як вплине форма фінансування на рівень теперішньої та майбутньої платоспроможності підприємства. За доцільне при цьому вважається розрахунок показника дюрації (Duration), який характеризує середній строк непогашеної заборгованості за основною сумою боргу та процентами.

3) Незалежність. Вдаючись до тієї чи іншої форми фінансування, слід прогнозувати, як це вплине на рівень автономності і самостійності підприємства при використанні коштів, на збереження інформаційної незалежності та контроль над підприємством у цілому. Крім цього, необхідно виявляти можливі ризики, зокрема, ризик порушення структури капіталу.

4) Накладні витрати, пов'язані із залученням коштів. Наприклад, емісійні витрати, витрати на обов'язкові аудиторські перевірки, на обов'язкову публікацію звітності в засобах масової інформації тощо.

5) Мінімізація оподаткування. Доцільно вибирати таку форму фінансування, яка дасть найбільший ефект з точки зору зменшення податкових платежів. Податковий фактор слід розглядати у контексті його впливу на вартість залучення капіталу в цілому. Наприклад, при мобілізації коштів шляхом збільшення статутного капіталу необхідно враховувати, що пов'язані з цим накладні витрати зменшують об'єкт оподаткування, проте дивіденди, які є платою за використання власного капіталу, треба сплачувати за рахунок чистого прибутку після оподаткування.

6) Об'єктивні обмеження: відсутність кредитного забезпечення, необхідного для залучення позичок, низький рівень кредитоспроможності, законодавчі обмеження щодо використання тієї чи іншої форми фінансування, договірні обмеження тощо.

7) Максимізація вартості власників, так звана концепція Shareholder Value. Відповідно до цього критерію всі рішення менеджменту підприємства, в тому числі у сфері фінансування, мають спрямовуватися на досягнення головної мети діяльності суб'єкта господарювання - максимізації доходів власників. Цього можна досягти або на основі збільшення прибутковості та дивідендних виплат, або забезпечивши зростання вартості корпоративних прав підприємства.

Грамотні фінансові менеджери повинні забезпечити баланс інтересів різних заінтересованих сторін.

#### *Список використаних джерел:*

1. Дропа Я. Б. Оптимізація структури фінансових ресурсів підприємства в сучасних умовах. БІЗНЕСІНФОРМ. № 12. 2016. С. 169-175.
2. Кочкодан В. Б., Миронова І. В. Стратегія формування і управління структурою капіталу підприємства: теоретичний аспект. Інноваційна економіка. № 3. 2012. С. 28-32.
3. Леось О., Коваль І. Механізми формування фінансових ресурсів підприємств. Державне управління та місцеве самоврядування. Вип. 1. 2014. С. 119-126.
4. Цуканова Л. В., Грибкова С. М. Проблеми вибору джерел фінансування та їх застосування в промисловості України. Економічний вісник Донбасу. № 3(45). 2016. С. 149-153.

**Гринчук Ю.В.**, здобувач вищої освіти  
**Науковий керівник: Боднар О.А.**, канд.  
екон. наук, асистент Миколаївський національний  
аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

## **ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОДОЛАННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В сучасних умовах господарювання в період складної економіко-політичної ситуації в Україні значна частка новостворених підприємств не в змозі стабільно функціонувати, так як постійно виникають певні дестабілізаційні ситуації (екологічні, економічні, політичні), що за своїм характером несуть загрозу до появи кризових явищ. Функціонування суб'єктів господарювання в таких умовах в більшості випадків може призвести до тимчасової неплатоспроможності або й зовсім до банкрутства.



Дослідженням питання фінансових криз на підприємстві та проблем санації підприємств в наукових та теоретичних аспектах займалися як вітчизняні, так і закордонні вчені, серед яких: Е. Альтман, Ю.Брігхем, О. Василик [1], О. Ефимова [2], Ф. Мишкін, В. Чернишов [5].

Фінансова криза на підприємстві призводить до порушення його фінансової рівноваги, що за своєю природою проявляється циклічно, а також може виникати впродовж усього життєвого циклу під впливом різних факторів. Наразі, в Україні одним із найголовніших факторів, що впливає на всі сфери господарювання, є політична криза або криза державного управління [3].

Кризова ситуація на підприємстві, як правило, не виникає безпідставно, та завжди несе за собою ряд негативних наслідків (зменшення обсягу прибутку або тривалий період збитковості), оскільки це ситуація, для якої характерними рисами є підвищений ризик банкрутства, послаблення конкурентних позицій на ринку. Для якнайшвидшого подолання такого кризового стану управлінцям слід обрати найефективніші форми санації, що призведуть до усунення негативних та руйнівних чинників [4].

Причини фінансової кризи, які виникають у суб'єктів господарювання можуть характеризуватися за певними ознаками, серед яких можемо виділити наступні [5]:

- об'єктивні – постає потреба в реструктуризації та осучасненні підприємств;
- суб'єктивні – є необхідність в підвищенні професійного рівня, підвищенні кваліфікації, подоланні психологічних факторів; професійний рівень; волюнтаризм в управлінні; психологічні фактори.
- внутрішні – виникають на державному рівні та на рівні підприємств;
- зовнішні – включають міжнародні санкції, міжнародну конкуренцію, міжнародну співпрацю;
- природні – спричинені екологічними лихами та катаклізмами природного походження;
- техногенні – протиріччя між рівнем техніки і кваліфікацією персоналу.

У багатьох розвинених країнах санація на підприємстві є однією з обов'язкових частин менеджменту. Ця складова є невід'ємним інструментом, спрямованим на вихід підприємства із кризового становища в результаті чого відновлюється його життєдіяльність. Так, за рахунок комплексного системного підходу до виявлення та аналізу кризових явищ на підприємствах керівники мають можливість розробити та втілити в реалізацію адекватні антикризові методи та засоби, які нададуть можливість змоделювати варіанти виходу з різних стадій фінансової кризи (кризи платоспроможності, кризи прибутковості, стратегічної кризи, кризи ліквідності)[2].

Після затвердження фінансової санації необхідно розробити план, який буде складатися з інструментів антикризового управління. План санації, розробляється з урахуванням проведених заздалегідь досліджень фінансового стану, що проводиться на основі фінансової та управлінської звітності. До інструментів, які

передбачені в плані санації відносять: фінансово-економічні, соціальні, виробничо-технічні та інструменти організаційно-правового характеру.

Задля досягнення цілей фінансової санації, на період її проведення всі адміністративні органи неспроможного боржника усуваються від управління ним, а повноваження з управління майном та справами боржника передаються санаційному керуючому [2]. Санаційні керуючі виступають в якості єдиного уповноваженого органу управління боржника [2]. Реабілітаційним керуючим призначається фізична особа — індивідуальний підприємець, що має на здійснення діяльності з управління майном та справами неплатоспроможних боржників в процедурах банкрутства ліцензію, котра видається уповноваженим органом [2].

Отже, на основі даних аналізу про фінансовий стан підприємства менеджери мають можливість своєчасно реагувати на кризові явища, що виникають на підприємствах. В результаті чого підприємство зможе не лише повернутися в стабільний стан, але й повністю здійснити оновлення, фактично унеможливаючи виникнення подібної фінансової кризи в майбутньому. Виходячи з цього, основним завданням управлінців є формування обміркованої стратегії та прогнозування можливих фінансових криз у майбутньому на кожному етапі життєвого циклу підприємства.

#### *Список використаних джерел:*

1. Василик О.Д., Павлюк К.В. Державні фінанси України. К.: НІОС, 2002. 594 с.
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений, 2014. 121 с.
- 3 Костецький В. В. Особливості здійснення фінансового оздоровлення підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопільський національний економічний університет. 2016. 56 с.
4. Мельник О. І. Особливості розробки антикризових програм діяльності сільськогосподарських підприємств: інституційний репозитарій МНАУ. 2018 URL : <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/5261> [дата звернення: 30.09.2019].
5. Чернишов В.В. Сучасне розуміння поняття антикризового управління. Економіка розвитку. 2011. № 1. С. 21–24.

**Демчук С. В.**, аспірант  
**Прешляк О. П.**, студентка  
**Науковий керівник: Лупак Р. Л.**,  
д.е.н., професор  
Львівський торговельно-економічний  
університет, м. Львів, Україна

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ІННОВАЦІЙ ТА ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Одним з пріоритетних завдань будь-якого підприємства є його економічна безпека. Ключовим моментом будь-якої системи безпеки є механізм її

забезпечення, який є сукупністю складових, а саме: правові норми, певні законодавчі рамки, методи, засоби, певні мотиви і так далі, які забезпечують головну мету – досягти найвищий рівень економічної безпеки. Оскільки план досягнення економічної безпеки в умовах інтенсивного розвитку інновацій та високих технологій є одним з важливих пріоритетів будь-якої організації, необхідно створювати чітку структуру дій, переглядати всі можливі умови.

Ряд авторів відзначають в своїх роботах і дослідженнях, що єдності поглядів, на проблеми економічної безпеки підприємств, не існує. Проте, на наш погляд, при сучасному рівні дослідженості проблеми, вироблення загальних принципів організації забезпечення економічної безпеки підприємств не лише можлива, але і об'єктивно необхідна. Це обумовлено тим, що сприятливий стан економічної безпеки окремих підприємств, в першу чергу найбільших, є фінансовим фундаментом економічної безпеки країни в цілому.

Забезпечення економічної безпеки підприємств необхідно розглядати як процес прогнозування і запобігання втрат від негативних дій на їх економічну безпеку по різних аспектах фінансово-господарської діяльності. Ефективний результат роботи підприємств по забезпеченню прибутковості і стійкості бізнесу, можливо досягнути саме за рахунок прогнозування і своєчасного запобігання втрат, що як очевидно представляють загрозу економічній безпеці, так і потенційно вірогідних.

Формування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства – справа досить складна. Найважливішим його складовим елементом виступає необхідність визначення потреб в забезпеченні економічної безпеки. Потреби забезпечення економічної безпеки формуються під впливом цілого ряду чинників: об'єктивних і суб'єктивних, внутрішніх і зовнішніх, прогнозованих і непередбачуваних [1, с. 187-190; 2, с. 12-17].

Забезпечення економічної безпеки підприємств не дозволяє, за своєю суттю, зводити дану роботу лише до організації і проведення окремих заходів, а повинно бути безперервним, цілеспрямованим процесом, який вимагає:

- постійного прогнозування можливих погроз;
- обґрунтування і реалізації ефективних форм і методів створення, вдосконалення і розвитку системи економічної безпеки підприємств;
- безперервного контролю і управління системою;
- комплексного, ефективного використання наявних засобів захисту всіх елементів виробничо-господарської системи відповідно вимогам рівня професійної підготовки персоналу підприємств;
- об'єднання в єдиний, цілісний механізм методів і засобів, які в сукупності в змозі забезпечити безпеку, зберегти і ефективно використовувати фінансові, матеріальні і інформаційні ресурси.

Забезпечення економічної безпеки підприємства є найважливішим завданням стратегічного планування. Воно полягає в тому, щоб забезпечити таку взаємодію із зовнішнім середовищем, яка дозволяла б підтримувати її потенціал на рівні, необхідному для нормального функціонування і розвитку підприємства [3, с. 136-142; 4].

Ключовим питанням забезпечення економічної безпеки підприємства є, перш за все, захист власності. Кажучи про необхідність формування цивілізованих ринкових стосунків, слід зазначити, що прозорий і відкритий ринок не з'явиться сам по собі, для його побудови треба створювати механізми. Ці механізми, з одного боку повинні дозволяти знімати бюрократичні бар'єри, а з іншою дозволяти вирішувати проблеми корупції.

Тактика забезпечення безпеки підприємства передбачає вживання конкретних процедур і виконання конкретних дій в цілях забезпечення його економічної безпеки. Йдеться про такі процедури і дії як: розширення юридичної служби підприємства; вживання додаткових заходів по збереженню комерційної таємниці; створення підрозділу комп'ютерної безпеки; пред'явлення претензій контрагентові-порушникові; звернення з позовом в судові органи; звернення в правоохоронні органи і тому подібне [11, с. 17-20].

Таким чином, економічна безпека підприємств може і має бути забезпечена при комплексному використанні всієї сукупності засобів захисту у всіх структурних елементах виробничої системи і на всіх етапах її діяльності. Найбільший ефект досягається тоді, коли всі засоби, методи і заходи об'єднуються в цілісний механізм – систему захисту економічних інтересів.

Тобто механізм забезпечення економічної безпеки підприємства є формою реалізації функції управління економічною безпекою. Утім, існують різні, часто протилежні визначення не лише сутності економічної безпеки, а також і її системи, і механізму. Крім того, механізм забезпечення часто називають механізмом підвищення економічної безпеки, механізмом функціонування системи економічної безпеки підприємства, реалізації системи економічної безпеки підприємства, механізмом управління економічною безпекою – механізмом управління системою економічною безпеки тощо. Аби не створювати термінологічну плутанину і для гарантування термінологічної узгодженості подальших досліджень вважаємо за доцільне у науковому обігу науки про економічну безпеку підприємства залишити дві синонімічні назви – механізм забезпечення та механізм управління. Адже безспірно, що даний механізм спрямований на підвищення рівня економічної безпеки та покращення функціонування даної системи.

Додамо, що в умовах інтенсивного розвитку ринку інновацій та високих технологій зміцнення економічної безпеки підприємства значною мірою залежить від ефективності заходів у напрямі формування сприятливого економічного середовища для ведення підприємницької діяльності. Так, на основі узагальнення результатів аналітичних наукових матеріалів з досліджуваної проблематики до передумов економічної безпеки підприємництва доцільно віднести:

- стан розвитку підприємництва (суспільне ставлення до ведення підприємницької діяльності та підприємницька активність населення; кількість та питома вага діючих підприємств; частка зайнятого у підприємницькій діяльності населення; динаміка обсягів виробництва і реалізації продукції; ефективність фінансово-господарської діяльності та використання ресурсного забезпечення підприємств і т. ін.);

- наявність інфраструктури фізичного захисту майна та громадян;
- розвиненість ринкової інфраструктури, фінансово-кредитної системи та фондового ринку;
- ефективність і стабільність податкової політики та системи державного регулювання підприємницької діяльності;
- рівень демократизації суспільства;
- якість життя та рівень доходів населення;
- наявність тіньового сектора ринку.

Таким чином, в умовах інтенсивного розвитку ринку інновацій та високих технологій цільовою спрямованістю системи управління економічно безпекою підприємства є формування адаптивних реакцій на дію загроз у будь-якій сфері його життєдіяльності і, як наслідок, забезпечення стабільного і максимально ефективного функціонування підприємства та високого потенціалу розвитку в майбутньому [5, с. 302-357].

На наше переконання, у ринкових умовах господарювання найбільш високою гарантією безпеки діяльності підприємства є гарантований ринок збуту продукції, її конкурентоспроможність і надійність. Відповідна ніша на ринку, стабільні споживачі продукції, доступні ціни на товари сприяють довготерміновим угодам на поставку продукції на взаємовигідних умовах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки : монографія / за ред. Васильців Т. Г., Лупака Р. Л. Львів : Вид-во ННБК «АТБ», 2019. 552 с.
2. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Ідентифікація загроз економічній безпеці в процесі посилення імпортозалежності. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. Вип. 55. С. 12-17.
3. Лупак Р. Л. Розвиток підприємництва в умовах імпортонасичення внутрішнього ринку України. *Підприємництво і торгівля* : зб. наук. пр. Львів, 2018. Вип. 22. С. 136-142.
4. Лупак Р. Л. Засоби та об'єкти державної політики зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на внутрішньому ринку України. *Глобальні та національні проблеми економіки* : електрон. наук. фахове вид. 2017. Вип. 20. URL : <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/35.pdf>.
5. Лупак Р. Л. Державна політика імпортозаміщення в системі забезпечення економічної безпеки України: пріоритети та інструменти реалізації : монографія. Львів : Вид-во ННБК «АТБ», 2018. 527 с.

**Дудка В.І.**, студентка

**Науковий керівник: Калюжна Н. Г.**,

д.е.н., доц., професор кафедри світової економіки Київський національний

торговельно-економічний університет, м.

Київ, Україна

## **ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Міжнародну підприємницьку діяльність на сьогоднішній день характеризує високий ступінь залучення нових країн та нових суб'єктів підприємництва,

наслідком чого є значна конкуренція. З огляду на це, компанії, які хочуть розширити свої інтереси на міжнародному рівні для зміцнення своєї конкурентної позиції, зазвичай роблять фізичні інвестиції та покупки в іншій країні. Це явище відоме як прямі іноземні інвестиції.

Теорія прямих іноземних інвестицій вважається порівняно молодого, оскільки вона виникла та розвинулась в 60-х рр. минулого століття, після того, як економіст Хаймер розділив міжнародні інвестиції на прямі та портфельні [4]. Прямі інвестиції передбачають вкладення коштів здебільшого у матеріальні та нематеріальні активи із наявністю контролю над об'єктом інвестування; в той час як портфельні інвестиції означають купівлю фінансових активів, з метою отримання більшого доходу, при цьому не маючи контролю над об'єктом.

Для того, щоб мати можливість створити закордоном дочірнє підприємство та остаточно закріпитись на міжнародному ринку, компанії в більшості випадків роблять саме прямі іноземні інвестиції. Це відбувається шляхом купівлі, здачі в оренду чи іншим чином набуття права власності на активи в країні перебування, включаючи такі об'єкти, як офісні приміщення чи інші типи будівель.

К. де Рої [3] виділяє основні причини, що спонукають фірму здійснювати інвестиції в нові чи існуючі об'єкти, серед них:

- 1) інтенсивна конкуренція в країні, що приймає інвестиції;
- 2) рівень технологічного прогресу материнської компанії;
- 3) навички управління і навчання персоналу;
- 4) організаційна культура;
- 5) культурна дистанція між країнами;
- 6) вартість і час, необхідний для впровадження діяльності.

Прямі іноземні інвестиції можуть відбуватися у вигляді купівлі або нових, або вже існуючих об'єктів. У діловому світі ці інвестиції відповідно називаються «green field» та «brown field» інвестиції. Про переваги та недоліки кожного з цих типів інвестування кожен науковець висловлює власну думку, тому в науковому світі існують дуже різні погляди на це питання. Зважаючи на це, необхідно окремо розглянути особливості кожного типу іноземного інвестування більш детально.

Стратегія «green field», тобто будівництво нового підприємства передбачає організацію діяльності з самого початку. Дотримуючись такої стратегії, компанія купує або бере в оренду певну ділянку землі, будує на ній нові об'єкти, наймає або переводить персонал, після чого починає експлуатацію нового об'єкта. Стратегія «green field» має певний ряд переваг. По-перше, компанія має можливість обирати для себе під будівництво ділянку, яка краще задовольняє всі існуючі вимоги, і потім побудувати на ній сучасне підприємство, яке буде оснащене новітнім обладнанням. Будівництво та подальша діяльність таких підприємств генерує нові робочі місця, тому місцева влада в багатьох випадках пропонує компаніям різні економічні стимули (наприклад, спрощений режим ведення бізнесу або певний період діяльності без сплати податків), щоб залучити будівництво на свою територію. Такі стимули дозволяють компаніям скоротити загальний обсяг витрат [1].

Крім того, керуючись такою стратегією, компанія починає свою діяльність на закордонному ринку з чистого аркуша. Це означає, що менеджерам не доводиться мати справу з існуючими боргами, модернізувати застаріле обладнання або вкладати багато зусиль в оновлення старих методів роботи, які до того ж перебувають під захистом профспілок, які не охоче йдуть на компроміс та не люблять сідати за стіл переговорів. Крім того, компанія має можливість адаптуватися до національних особливостей ведення бізнесу в зручному їй темпі, замість того щоб негайно братися за управління придбаною компанією. Значна кількість досліджень також показують, що ймовірність вибору саме стратегії «green field» замість придбання діючих підприємств знаходиться в прямій залежності від кількості культурних відмінностей між рідною країною компанії і країною, яка приймає інвестиції.

З іншого боку, стратегії «green field» притаманний деякий ряд недоліків. По-перше, успішна реалізація цієї стратегії вимагає значної кількості часу, зусиль і терпіння. По-друге, земельна ділянка, яка розташована в зручному місці, може виявитися занадто дорогою або недоступною для освоєння та будь-якої підприємницької діяльності на ній. Будівництво нового підприємства тягне за собою необхідність узгодження багатьох питань з місцевими та загальнодержавними органами управління та підпорядкування всім необхідним нормативним актам. Крім того, компанія повинна постійно контролювати будівництво нового підприємства, а також наймати місцевих підрядників, яких необхідно підготувати до виконання завдань на необхідному рівні професійності [2].

Стратегія «brown field». Це стратегія, яка передбачає придбання діючих підприємств, що вже ведуть бізнес в країні, в яку надходять інвестиції. Очевидним є те, що процес підготовки всіх необхідних документів для придбання компанії, до якого необхідно залучати юристів, представників державних органів та інших фахівців, може виявитися довгим та дорогим. Однак основний перевага використання саме такої стратегії проста. Купуючи діюче підприємство, компанія-інвестор отримує цілковитий контроль над виробничими об'єктами, робітниками, технологіями, інтелектуальною власністю та маркетинговими мережами купленої фірми. При цьому всі підрозділи придбаної компанії продовжують функціонувати і генерувати прибуток в той час, як компанія-інвестор інтегрує нову структуру в свою міжнародну стратегію. Також, на відміну від стратегії «green field», стратегія «brown field» не тягне за собою збільшення виробничих потужностей в даній галузі промисловості, що в умовах надлишку виробничих потужностей є очевидною перевагою не лише для компанії, а й для економіки в цілому.

У деяких випадках, міжнародні компанії купують місцеві фірми тільки для того, щоб проникнути на ринки зарубіжних країн. В інших випадках, стратегія «brown field» може застосовуватися як спосіб зміни стратегії компанії в радикально іншому напрямку.

Однак інвестиції типу «brown field» також мають ряд своїх недоліків. Компанії-інвестору дістаються в спадок зобов'язання (фінансові, управлінські та

ін.) фірми, що купується. Наприклад, якщо в придбаній компанії сформувалися незадовільні трудові відносини, залишилися несплачені в пенсійний фонд внески, компанія не вживала заходів для зменшення забруднення природного середовища, то в результаті компанія-інвестор бере на себе відповідальність за вирішення всіх цих проблем. Це призводить до того, що компанія, яка купує, змушена витратити значну суму коштів ще до початку отримання доходів від діяльності придбаної фірми.

Проаналізувавши цю інформацію, можна зробити висновок, що в прямому іноземному інвестуванні існує два типи інвестицій: «green field» та «brown field». Вони принципово відрізняються та кожен має як переваги, так і недоліки. Обираючи між цими двома стратегіями, компанії потрібно враховувати особливості виробництва, необхідність в додатковому обладнанні, витрати на будівництво з нуля або можливі витрати на оновлення і капітальний ремонт вже існуючих приміщень та звісно свої можливості та ціну всіх ризиків, пов'язаних з певним видом інвестування.

*Список використаних джерел:*

1. Ashraf A. The Effects of Greenfield FDI and Cross-border M&As on Total Factor Productivity / A. Ashraf, D. Herzer, P. Nunnenkamp // Kiel Working Paper [Text]. — 2014. — № 1941. — 42 p.
2. Harms P. Good and bad FDI: The growth effects of greenfield investment and mergers and acquisitions in developing countries / P. Harms, P.-G. Meon // Proceedings of the German Development Economics Conference [Text] / Union social policy, Research Committee Development Economics. — Berlin : [s. n.], 2016. — 34 p.
3. Rooij Ch. When do firms pursue brown field over green field investments: a comparison of wholly owned entry modes in the international market place / Christ de Rooij // International strategy [Text]. — Rotterdam : Rotterdam School of Management Erasmus University, 2007. — 6 p.
4. Говорушко Т. А. Сутність прямих іноземних інвестицій та їх класифікація / Т. А. Говорушко, Н. І. Обушна // Теорії мікро-макроекономіки [Текст]. — 2013. — № 41. — С. 91—99.

**Dyl' Kh.M.**, student  
Lutsk National Technical University,  
Lutsk, Ukraine

**Polishchuk V.G.**, Ph.D., Associate Professor  
Lutsk National Technical University,  
Lutsk, Ukraine

## **FEATURES OF APPLICATION OF FINANCIAL INNOVATIONS BY CONSTRUCTION ENTERPRISES**

Today, modern construction in Ukraine is actively developing. In general, the construction industry is an important industry for the country's economy. For example, thanks to the construction, a large number of jobs are created. Products of all sectors of the national economy are also used. Over the past few years, many residential buildings and complexes have been erected in our country.



The construction industry began to develop through the use of innovative materials and structures, as well as technologies, control methods, etc. Innovative technologies in construction or building materials are needed not only to move science forward and improve the quality of buildings, but also to increase the pace of social development.

Consider two areas of the innovation process that are directly related to construction [3]:

1. An increase in the proportion of innovatively oriented contracting works (that is, construction and installation works that directly provide for the introduction of new equipment, new technologies or the production of new products) in the total volume of construction and installation works.

2. Innovative restructuring of the construction industry itself (innovative technical equipment for construction and installation works, technological innovations, innovations in the organization and management of construction and installation works).

Financing of innovative activity is one of the important conditions for innovative activity, that the implementation of effective innovative activity requires large financial investments.

At this stage, we will analyze the construction industry and analyze the changes that have occurred over the past few years.

In 2010, construction enterprises in Ukraine worked at a loss (net profit amounted to UAH 5095.7 million). In the period 2010-2012 in the construction industry, a decrease in the volume of losses was observed (in 2012, - 1012.7 UAH), and in 2013 and in 2014 there was an increase in the volume of losses. As for 2015, construction enterprises in Ukraine also worked at a loss. But 2017 was a record year not only for the construction of high-rise buildings, but also for social infrastructure [5]. At the end of October, the World Bank unveiled new results from Doing Business, an internationally respected ease-of-doing business ranking. According to its results, Ukraine climbed 4 positions and took 76th place among 190 countries of the world, and in terms of the “obtaining building permits” record improved and got into the top 40 countries.

The last major construction boom in Ukraine came in 2011, when the state was preparing for the Euro 2012 football championship. Then, the pace of construction declined, with a steady increase of 3.5-10% per annum being maintained only in the residential sector. However, 2016 the State Statistics Service of Ukraine for the first time in four years recorded an increase in the volume of construction work in all segments of construction. This phenomenon is also observed in 2017. The total growth for 10 months of 2017 amounted to 23%, including the construction of residential buildings increased by 13%, non-residential – by 27%. The construction of engineering structures grew by almost a third – 28%. In monetary terms, the total amount of work amounted to 735 billion UAH [4].

As for the construction sector in 2019, unfortunately, the housing sector is unlikely to expect rapid growth this year. The state budget has booked UAH 17 billion in funds for the construction, purchase and reconstruction of housing for the military and law enforcement officers. Military facilities will also be actively built. As in 2018, much attention will be paid to infrastructure projects (roads, junctions, security islands,

bridges, etc.). 56 billion UAH was allocated for the construction of roads in 2019 (in 2018 – 47 billion UAH). 147 billion UAH) will be sent to local roads from the state budget) [2].

The start of the Energy Efficiency Fund is stimulating systemic heat modernization of the housing stock and networks, and the reform of the energy market is the renewal of electric networks. Great prospects - in the medical sector, the construction of private hospitals is no longer a single exception.

Summing up the above, we can conclude that the problems of market restructuring of industrial and housing construction in Ukraine are relevant and necessary. Their solution will be possible subject to the availability of a regulatory framework that will stimulate the work of all spheres and sectors of the construction complex, as well as the introduction of a new investment mechanism that will ensure the receipt in the construction sector of the economy of funds from various sources of financing: public, private, commercial, foreign.

What is a big victory for Ukraine is that despite the war and the failures in the economy, with the help of reforms, it builds infrastructure and attracts many foreign and domestic investors to the development of the state as a whole and its own business in particular.

Achievements by construction organizations of the greatest result of production using the minimum material and labor costs, possibly subject to the use of innovation. That is, the use of innovation helps to increase the economic efficiency of construction activities. From the point of view of practice, it is possible to increase the efficiency of construction production in the case when scientific approaches, new ideas in management and production will be quickly implemented at the enterprises of the construction complex. A prerequisite for this is the mandatory consideration of regional innovative opportunities.

Comprehensive development of construction is possible only under the condition of intensive investment and innovation in construction. In this regard, the necessary theoretical and methodological developments to improve investment and innovation in construction, which correspond to modern trends in the development of the Ukrainian economy and the peculiarities of the construction industry. It is necessary to develop a mechanism to stimulate investment activity, taking into account the increase in the efficiency of capital investments through the introduction of innovations [1].

*Список використаних джерел:*

1. Грінченко Р.В. Значення інновацій для реалізації стратегії діяльності в будівництві житла / Грінченко Р.В. // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.stationline.org.ua/ekonom/60/7939-znachennya-innovacij-dlya-realizacii%D1%97-strategii%D1%97-diyalnosti-v-budivnictvi-zhitla.html](http://www.stationline.org.ua/ekonom/60/7939-znachennya-innovacij-dlya-realizacii-strategii-diyalnosti-v-budivnictvi-zhitla.html)

2. Грусевич В. Будівельна галузь: стан та перспективи / В. Грусевич. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://budport.com.ua/news/12779-budivelna-galuz-stan-ta-perspektivi>

3. Русінко М.І. Дослідження інноваційної активності будівельних підприємств України як відображення потенціалу їх інноваційного розвитку / М.І. Русінко // Сталий розвиток економіки. – 2014. – № 3. – С. 103-109.

4. Фундамент закладено. Що змінилося у будівельній галузі? / Центр громадського моніторингу та контролю. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naglyad.org/uk/2017/12/11/fundament-zakladeno-shho-zminilosya-u-budivelnij-galuzi/>

5. Христофоров В. Річний звіт: Будівельна галузь в Україні у 2017 році / В. Христофоров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uprom.info/news/other/buduvannya/richniy-zvit-budivnitstvo-v-ukrayini/>

**Дзюменко О. О.**, студентка  
**Костюк В.А.**, к.е.н., доцент кафедри  
банківської справи і страхування  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України,  
М. Київ, Україна

### ІННОВАЦІЇ НА КРЕДИТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

В сучасних умовах розвитку економіки кредитний ринок України є одною із основних складових фінансового ринку, який покликаний сприяти економічному зростанню та розвитку країни, забезпечувати оптимальний розподіл обмежених фінансових ресурсів та їх швидко мобілізацію суб'єктами господарювання.

Беручи до уваги нестабільний соціально-економічний та політичний стан України, а саме: девальвацію гривні, зменшення купівельної платоспроможності населення, нестабільність грошової одиниці, зниження довіри до банків та небанківських фінансових установ, виникає необхідність у дослідженні сучасного стану кредитного ринку та його подальшого розвитку, а саме введення інновацій.

Кредитний ринок представлений діяльністю банківських та небанківських установ. Станом на 01.01.2019 року в Україні діють 77 банків, 358 кредитних спілок, 434 відокремлені підрозділи кредитних спілок та 29 юридичних осіб публічного права [1; 2; 3].

З метою дослідження сучасного стану кредитного ринку ми порівняли між собою його основні показники:

Таблиця 1

Кількісні показники кредитних установ у 2016-2018 рр

Показники	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2018	Темп змін 2018/2016
ВВП, млн. грн.	2383182	2982920	3558706	1175524
Активи банків, млн. грн.	1254385	1256299	1336358	81973
Активи кредитних спілок, млн. грн.	2064,3	2032,5	2169,8	105,50
Відношення активів банків до ВВП, %	52,63%	42,12%	37,55%	-15,08
Відношення активів кредитних спілок до ВВП, %	0,087%	0,068%	0,061%	-0,026
Кредити видані банками, млн. грн.	157385	170774	196634	39249
Кредити видані кредитними спілками, млн. грн.	1792,7	1799,5	1902,3	109,6
Відношення наданих кредитів	6,60%	5,73%	5,53%	-1,07

банками до ВВП, %				
Відношення наданих кредитів кредитними спілками до ВВП, %	0,075%	0,060%	0,053%	-0,022

Джерело: розраховано автором за матеріалами [1; 2; 3; 4]

Під час аналізу, ми визначили, що за три роки в грошовому виразі активи банків зросли на 81973 млн. грн. чи у 6,53%, а кредитних спілок на 105,5 млн. грн. або у 5,11%. А ось відношення активів до ВВП як і банків, так і кредитних спілок навпаки зменшується на 15,08% і 0,026% (табл.1) відповідно. Дана ситуація спостерігається тому що темп збільшення обсягу ВВП більший ніж темпи збільшення обсягів активів кредитних установ, що є позитивною характеристикою для економіки України.

За наведеними даними у таблиці 1 можна зробити висновки, що обсяги наданих кредитів протягом 2015 – 2018 р. збільшувалися поступово та станом на 01.01.2018 р. становлять 196634 млн. грн. в банках і 2169,8 млн. грн, що у 24,945% і 6,11% відповідно більше ніж у 2015 р. Відношення наданих кредитів до ВВП кредитними установами протягом 3 досліджуваних років також зменшилися на 1,07% для банківських установ і на 0,022% для кредитних спілок.

Отже, можемо констатувати, що провідну роль серед кредитних установ в Україні посідають банки, сфера небанківських фінансових організацій є слабо розвиненою і не свої розкриває потенційні можливості щодо фінансування реального сектору економіки. Як свідчать дані таблиці 1, потенціал кредитних установ є суттєвим, але на сьогодні їх кредитні програми не є привабливими для суб'єктів економічної діяльності і тому для зміни цієї ситуації виникає потреба у введенні інновацій на кредитному ринку України.

Основними напрямками інноваційної кредитної діяльності банків є створення нових кредитних продуктів, якісне покращення вже існуючих, а також введення нових для України іноземних видів кредитів.

Однією із найперспективнішою інновацією в банківській сфері за останні роки є поступове впровадження мобільного та інтернет-банкінгу. Діапазон операцій, що можна здійснити є досить обширний та зручний для користувача, тому з кожним роком даний продукт стає дедалі популярніший. Але ми хочемо звернути увагу на такі послуги мобільного банкінгу, як оформлення кредитів і погашення кредитів онлайн. Вони є впроваджені в банківській системі України і погашення кредитів онлайн користується великою популярністю серед користувачів, але послуга оформлення банківських кредитів онлайн майже не використовується українцями через низький рівень довіри до банківської кредитної системи. Банківським установам України слід звернути увагу на дану інновацію і активно її впроваджувати, адже використання послуги оформлення кредитів онлайн дозволить банкам розширити клієнтську базу, збільшити обсяги операційних доходів, а також скоротити витрати на утримання персоналу, спеціалізованого по наданням кредиту [5].

В сучасних умовах інноваційним підходом до кредитування населення для банків може стати долучення до P2P кредитування (peer-to-peer, рівноправне), яке здійснюється за допомогою інтернет-платформ, що поєднують кредиторів безпосередньо з позичальниками. В зарубіжних країнах даний продукт є досить

поширений та користується великим попитом і зазвичай за допомогою P2P-платформ фізичні особи отримують споживчі кредити. Банкам України необхідно розробляти та впроваджувати даний продукт, виступаючи у процесі P2P-кредитування і як кредитори, і як організатори платформ. Активна участь у діяльності P2P кредитуванні населення дозволить розвиватися банківським установам, а також отримувати значні прибутки.

Ще одним інноваційним підходом ведення кредитної діяльності банками може стати стратегічне партнерство, що дасть змогу спростити та прискорити процедуру отримання кредиту для позичальника, а також оптимізувати витрати банку.

В сфері небанківських фінансових установ, а в особливості кредитних спілок перспективним напрямком розвитку можна вважати інформаційний аутсорсинг — формування значимих інновацій за допомогою системних інформаційних інтеграторів. Серед таких новацій може бути створення власної банкоматної мережі або використання діючих банківських банкоматних мереж на засадах аутсорсингу; впровадження інтернет-банкінгу та мобільного банкінгу для ефективного користування такими послугами як: грошові перекази, поповнення депозитів і внесення платежів за кредитами; запровадження доступу до національної системи масових електронних платежів, а також розробка власної скорингової системи для оцінки ризику неповернення кредитів.

Підводячи підсумки дослідженого, можна стверджувати, що розвиток кредитного ринку на даний час в нашій країні знижується. Зменшується кількість банківських і небанківських фінансових установ. Незважаючи на збільшення обсягів активів та наданих позичок кредитними установами їх відношення до ВВП України зменшується з кожним роком. Задля покращення даної ситуації на кредитному ринку виникає потреба у пошуку інновацій.

Для активізації банківського кредитування необхідно розвивати такі інноваційні продукти як: мобільний банкінг, а саме оформлення банківського кредиту онлайн; P2P кредитуванні населення та партнерські кредитні програми. Задля розвитку позичкової діяльності кредитними спілками України необхідно розвивати інформаційний аутсорсинг.

#### *Список використаних джерел:*

1. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Підсумки діяльності кредитних установ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nfp.gov.ua/files/ks>
4. Офіційний сайт Мінфін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
5. Чайковський Я., Ковальчук Я. Банківські інновації: перспективи та загрози електронних банківських послуг/ Я. Чайковський, Я. Ковальчук // Світ фінансів. – 2018. – №4. – С.121-136.

**Замора О.І.**, к.е.н., доцент  
**Войтко К.В.**, студентка  
**Науковий керівник: Замора О.І.**  
к.е.н., доцент  
ВП НУБіП України «Бережанський  
агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Україна

## **РОЗВИТОК МАЛИХ ГОСПОДАРСТВ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ**

Малі підприємства - досить поширена й ефективна форма господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Саме мале підприємство здатне найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця властивість малого бізнесу набуває особливого значення в сучасних умовах, коли відбувається швидка індивідуалізація і диференціація споживацького попиту, прискорення науково-технічного прогресу, розширення номенклатури товарів та послуг.

Крім того, малий бізнес мобілізує значні фінансові й виробничі ресурси населення ( у тому числі трудові й сировинні), які за його відсутності не були б використані. Про можливість малого бізнесу в цьому плані свідчить досвід економічно розвинутих країн. На малий бізнес тут припадає до 90-95% усіх підприємств і до 20-60% валового національного продукту.

Мале підприємництво – це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств та громадян підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку [3].

Сучасний стан економічного розвитку країни потребує пошуку нових форм господарювання в сільській місцевості. Однією з таких форм може виступати саме зелений туризм, який можна розвивати, зокрема, за допомогою підприємницької діяльності. Для сільського населення це гарна можливість створити потужну інфраструктуру на території, де вони проживають. Саме тому зелений туризм і належить до одного з напрямів підприємницької ініціативи в сільських громадах.

Зелений туризм — це не лише збереження природи, але й відродження, збереження та розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини [2]. Тому розвиток туризму — один із пріоритетних напрямів розвитку малих підприємств.

Зелений туризм є сектором економіки, який демонструє стале зростання, що розширює можливості реалізації продукції малих господарств сільських територій. Продукція реалізується на місці не як сільськогосподарська сировина, а з певною доданою вартістю як готові продукти харчування. Домогосподарства, власники яких долучаються до надання туристичних послуг, вдосконалюють структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників; розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне

господарство. Така диверсифікація виробничої діяльності адаптує можливості малих господарств до потреб ринку і створює передумови для їх розвитку в цьому напрямі на перспективу [1].

Перспективи розвитку зеленого туризму формуються і завдяки реалізації заходів з поліпшення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл, розвитку соціальної інфраструктури. Зараз, сфера обслуговування відпочиваючих відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з певним надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у поліпшення облаштування житла, вулиць, об'єднаними зусиллями добиваються зміни на краще сфери обслуговування.

Усе це не тільки сприяє розвитку села, а й, матеріалізуючи організаційні зусилля і фінансові ресурси сільських жителів та сільської громади, надає процесам незворотного характеру, що є додатковим стимулом для прийняття перспективних рішень щодо стратегії розвитку малих господарств.

Роль та функції малого підприємництва полягають не тільки в тому, що воно є одним із найважливіших дійових факторів економічного розвитку зеленого туризму, яке спирається на ринкові методи господарювання. Його важливою функцією є сприяння соціально-політичній стабільності громади, тобто воно відкриває простір вільному вибору шляхів і методів роботи на користь суспільства та забезпечення власного добробуту.

*Список використаних джерел:*

1. Корчинська О. О. Проблеми розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 12. Ч 2. С. 60 – 63.
2. Радник старости. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/rs/2019/march/issue-1/article-42891.html>
3. Рижакова Г. М. Роль і місце малого підприємництва в національній економіці України. Ефективна економіка. 2011. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=450>

**Зайченко В. В.**, к.н.держ.упр., доцент  
Центральноукраїнський національний  
технічний університет, м. Кропивницький, Україна

## **ЛАНЦЮГ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Прискорені темпи зростання світової економіки за останні десятиліття зумовлені переорієнтуванням передових країн і цілих регіонів на шлях інтенсивного розвитку, що ґрунтується на структурній перебудові підприємств та інноваційно-технологічній модернізації. Раціоналізм такого підходу полягає у розвитку підприємств тих галузей і секторів економіки, котрі забезпечують найвищу додану вартість і стійкі конкурентні переваги. При цьому серед головних драйверів сучасного світового господарства провідна роль належить

високотехнологічним галузям (ІКТ, мікроелектроніка, робототехніка, аерокосмічна техніка, нанотехнології, фармацевтика, генна інженерія тощо). Саме завдяки високотехнологічному сегменту формується міжнародна конкурентоспроможність, зростає загальна продуктивність праці, капіталізація.

Динамізм середовища формування конкурентоспроможності, мінливість окремих його складових (економічної, політико-правової, соціокультурної та ін.) в умовах неоіндустріалізації та четвертої глобальної промислової революції (4IR) актуалізують дослідження системи чинників та умов забезпечення конкурентних переваг підприємств. Найбільший внесок у розвиток теорії конкуренції та чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємств здійснив М. Портер, який розглядає чотири детермінанти конкурентоспроможності в умовах індустріалізації [1, с. 85-108, 161-205]:

- базові умови (фактори виробництва та елементи інфраструктури);
- параметри попиту на національному ринку (купівельна спроможність населення, розподіл доходів між різними соціальними групами, умови ринку збуту, обсяг, структура і характер попиту);
- стратегії підприємств та рівень конкуренції (наявність конкурентних стратегій, діловий та інвестиційний клімат, інноваційна активність підприємств, суперництво на внутрішньому ринку);
- розвиток суміжних та доповнюваних галузей (наявність конкурентоспроможних на світовому ринку постачальників та споріднених галузей, розвиток кластерів).

Така класифікація досить умовна, оскільки, для прикладу, елементи інфраструктури можна віднести і до базових, і до розвинених чинників. Базові природно-ресурсні детермінанти конкурентоспроможності мають відносно низький потенціал створення стійкої конкурентної переваги, за винятком сировиннозалежних (сільське господарство, добувні галузі, переробна промисловість) та орієнтованих на використання стандартних технологій секторів економіки.

Яскравим прикладом є досвід Південної Кореї, котра, будучи обмеженою у базових чинниках та умовах забезпечення конкурентоспроможності економіки, досягла високого рівня розвитку (12-та економіка світу за рівнем ВВП [2], 15-та – за Глобальним індексом конкурентоспроможності та абсолютний лідер за рівнем впровадження ІКТ [3, с. 323-324]), перебудувавши власну економіку відповідно до інноваційної моделі.

Водночас, чинники вищого порядку спрямовані на формування високого потенціалу тріади «освіта – наука – виробництво» і забезпечення процесу створення та використання нових знань, поширення інновацій, досягнення технологічного лідерства. Розвиток таких чинників, з одного боку, вимагає значно більших державних і приватних капіталовкладень із залученням висококваліфікованої робочої сили, а з іншого – забезпечує сильніші й триваліші конкурентні позиції країн у світовій економіці.

Для аналізу конкурентоспроможності підприємств в умовах неоіндустріалізації доцільним видається застосування «подвійного ромба» (*Double*



*Diamond Model*) А. Ругмена [4, с. 59], котрий відрізняється від класичної моделі введенням в аналіз сфери глобальної діяльності з вхідними і вихідними параметрами.

Еволюція економічної думки щодо визначення чинників та умов забезпечення конкурентоспроможності країн відображена також у працях Д. Чо [5, с. 18-20], котрий доповнив ідеї М. Портера і виділив дві групи чинників: фізичні та людські. Ключова роль, на думку Д. Чо, належить людським ресурсам, завдяки потенціалу яких можна мобілізувати і розвивати фізичну складову. Модель Д. Чо була розроблена головним чином для пояснення економічного зростання Південної Кореї.

Велика кількість теоретико-концептуальних моделей і підходів до визначення чинників та умов забезпечення конкурентоспроможності підприємств свідчить про неоднозначність і поліаспектність досліджуваних питань. Природа великих систем настільки складна, що іноді компоненти системи, які її характеризують, ідентифікують її стан та проблеми розвитку, можуть одночасно відігравати роль чинників, що на неї впливають. У цьому контексті про міжнародну конкурентоспроможність країни як складну систему свідчить стан природної, соціокультурної, економічної, політичної і технологічної підсистеми: чим вищий потенціал країни в частині кожної зі складових, тим вищий рівень конкурентоспроможності, яким вона володіє. При цьому доцільно виокремлювати конкурентоспроможність кожної складової, взаємодія яких посилює потенціал цілої системи і дає синергетичний ефект. З іншого боку, перелічені підсистеми можуть бути чинниками формування конкурентних переваг країни і розглядатися вже не в структурі системи, а в контексті зовнішнього середовища.

Таким чином, технологічна конкурентоспроможність є важливою компонентою загальної конкурентоспроможності підприємств в умовах неоіндустріалізації, а також одним із чинників, що її забезпечує (рис. 1).

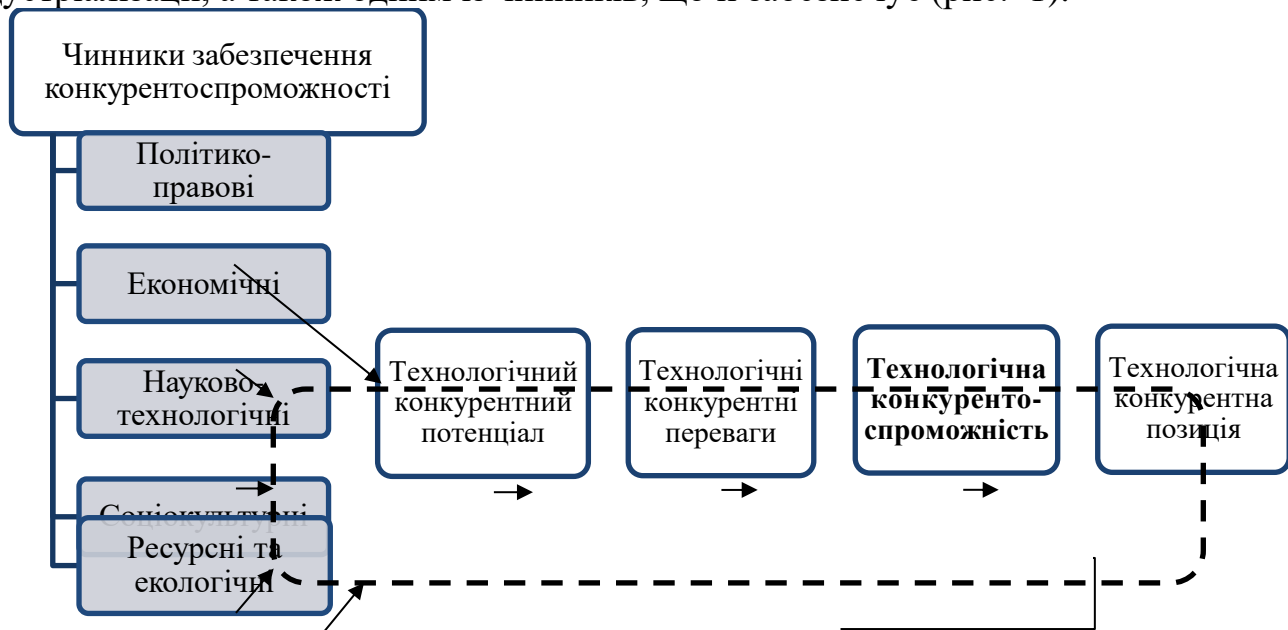


Рис. 1. Ланцюг формування технологічної конкурентоспроможності підприємства в умовах неоіндустріалізації (авторська розробка)

Перелік чинників можна деталізувати в межах кожного блоку, виокремлюючи загальні і часткові (специфічні) детермінанти, об'єктивні та суб'єктивні чинники, стимулятори та дестимулятори, постійно діючі умови та тимчасові детермінанти, ендогенні та екзогенні параметри, регульовані, слабoreгульовані чинники. Весь спектр можливих чинників та умов забезпечення технологічної конкурентоспроможності підприємства впливає на формування його *технологічного конкурентного потенціалу*, під яким слід розуміти можливості підтримувати певний рівень конкурентоспроможності.

*Технологічні лідери* є новаторами, здатними генерувати нові знання і технології, застосовувати високі технології та ставити перед собою надсучасні цілі розвитку. Це дозволяє економічній системі підприємства збалансовувати чинники внутрішнього середовища, долати глобальні виклики і зміцнювати конкурентні позиції за рахунок інноваційно-технологічного поступу.

**Список використаних джерел:**

1. Джерело 1. Портер М. Конкуренція: пер с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 1993. – 495 с.
2. Джерело 2. GDP in Current Prices 2018. IMF: World Economic Outlook (WEO) Database, April 2019. URL: <https://knoema.com/nwnfkne/world-gdp-ranking-2019-gdp-by-country-data-and-charts>.
3. Джерело 3. The Global Competitiveness Report 2018 / Prof. Klaus Schwab (Ed.). Geneva: World Economic Forum, 2018, 658 p. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>.
4. Джерело 4. Rugman A.M. Porter Takes the Wrong Turn // Business Quarterly, 1992. – Vol. 56. – № 3. – P. 59-64.
5. Джерело 5. Cho D.S. A dynamic approach to international competitiveness: The case of Korea // Journal of Far Eastern Business, 1994. – P. 17-36.

**Ковальов Г. І.**, к.е.н., доцент  
Одеській регіональний інститут  
державного управління НАДУ  
при Президентіві України,  
м. Одеса, Україна

## **ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Стан інноваційної діяльності в Україні можна визначити як кризовий і такий, що не відповідає сучасним потребам економічного розвитку. Відсутність дієвої державної науково-технічної політики і, як наслідок, скорочення обсягів її фінансування унеможливають перехід економіки до інноваційної моделі розвитку. Реформування науково-технічного комплексу реалізується в умовах частих змін цілей та завдань. Чинники екстенсивного та інтенсивного економічного розвитку вже вичерпали свій ресурс, та не забезпечують необхідні темпи розвитку економічного зростання, адекватні сучасному стану світової економіки. Тому запровадження в Україні інноваційної моделі економічного зростання з політичної мети перетворюється на об'єктивну необхідність.

Економічні реформи, що проводились у попередні роки, не створили необхідних умов для зміцнення та примноження техніко-технологічного потенціалу українського суспільства, інноваційного розвитку економіки, подолання структурних деформацій. Стан економіки досі не тільки не набув неоіндустріальної спрямованості, а навіть не досягнув достатньо міцного підґрунтя для запровадження основ інноваційного розвитку. Зволікання в цьому напрямі ставить під загрозу втрати статусу економічно-розвинутої країни.

У науковій літературі йде обговорення етимології терміну «інновація». Відповідно до Закону України Про інноваційну діяльність, під інноваціями слід розуміти новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Інвестиція в інноваційну діяльність забезпечує значно більшу, ніж за середню, економічну віддачу. Розвиток інноваційної діяльності можна охарактеризувати як процес структурного вдосконалення національної економіки, який досягається переважно за рахунок практичного використання нових технологій для зростання обсягів виробництва, підвищення якості продукту, зміцнення конкурентоспроможності та прискорення соціально-економічного прогресу. Тобто, реалізація інноваційних проектів дозволяє отримати синергетичний ефект. Стимулювання розвитку інноваційної діяльності не може бути обмежене лише вибраними напрямками досліджень чи розробок, а має бути спрямоване на створення умов для масштабного пошуку результативних шляхів технологічних змін і підтримки перспективних винаходів.

Головним завданням політики підтримки інноваційної діяльності є забезпечення збалансованої взаємодії наукового, технічного і виробничого потенціалів, розробка та впровадження механізму активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва, поширення реалізації інноваційних проектів в усіх сферах.

Причини низької ефективності державної політики підтримки інноваційної діяльності обумовлені хронічним невиконанням нормативних актів щодо активізації науково-технічної та інноваційної діяльності. Усі спроби зрушити з мертвої точки економіку України упираються в фундаментальну системну суперечність - дефіцит коштів. Можливості залучення державних фінансів для забезпечення підтримки інноваційної діяльності досить обмежені. Уряд, реалізуючи політику бюджетного збалансування, обмежує інвестиційну функцію бюджету, що гальмує їх розробку та запровадження. Зокрема, одним із головних чинників, спрямованих на підвищення рівня інноваційної діяльності, мало б стати, передбачене Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [2], запровадження державного замовлення на інноваційну продукцію, проте, Державним бюджетом України щорічно виділення коштів на ці цілі не передбачається.

Дефіцит власних фінансових ресурсів суб'єктів економічної діяльності доповнюється нерозвиненістю інституційних інвесторів - банків, страхових фірм,

венчурних та інвестиційних компаній тощо, а також ринка цінних паперів. Невирішеною проблемою є відсутність державної стратегії розвитку регіонів з урахуванням стану їх економічного потенціалу. На сучасному етапі перепоною розвитку інноваційної діяльності на регіональному рівні є: відсутність ефективної державної політики розвитку регіонів; невирішеність проблем формування і функціонування регіональної інфраструктури інноваційної діяльності; відсутність працездатної системи управління цією діяльністю в регіоні; відсутність державної фінансової підтримки регіональних інноваційних проектів.

Одеська область, не є винятком. Інфраструктура регіональної державної політики сприяння інноваційної діяльності не має чіткої визначеності. Немає розподілу функцій державного управління та місцевого самоврядування стосовно підтримки інноваційної діяльності. Ці функції розпорошені серед окремих управлінь держадміністрації. Існують й інші недоліки, а саме: не розроблено економічного механізму щодо фінансової підтримки інноваційної діяльності за рахунок державного та місцевих бюджетів на рівні підприємств; не розроблено організаційних заходів щодо залучення позабюджетних джерел фінансування (венчурні фонди, лізинг); не передбачений подальший розвиток інфраструктури інноваційної сфери; не створено централізованої дієвої системи підтримки інноваційної діяльності.

Реалізація моделі сприяння розвитку інноваційної діяльності в регіоні має передбачати як зміну технологічного укладу, так і зміну організаційної структури. Оскільки інфраструктура підтримки інноваційного розвитку економіки в регіоні не сформована, то необхідне об'єднати в одну мережу: консалтингові, юридичні, інформаційні, патентні, маркетингові організації, а також виставкові установи різних форм власності, для створення спільної системи обміну інформацією, забезпечення координації та управління. В склад мережі можуть входити самостійні підприємства і окремі управлінські структури такі як: аналітичний центр координації регіональних інноваційних проектів; центр технологічного трансферу; інформаційне агентство; банк обліку ресурсів регіону; рейтингове агентство підприємництва; виставковий комплекс для демонстрації зон зростання і успіху; банк науково-технічної інформації загального користування; консалтинговий центр; громадські підприємницькі спілки. Це дозволить отримати додатковий ефект завдяки поліпшенню процесів комунікації підприємств та досягти прогресу в вирішенні нагальних задач.

Виходячи з ролі й можливостей обласних органів влади та органів місцевого самоврядування, на рівні області слід сформулювати загальну систему цілей для обласної Ради та обласної державної адміністрації, яка поряд з іншими стратегічними документами державного рівня, щодо підтримки малого та середнього підприємництва, має допомогти досягти бажаного стану розвитку інноваційної діяльності в області. Основним завданням Стратегії економічного і соціального розвитку області має стати координація діяльності всіх управлінських структур у досягненні поставлених цілей. Механізми та процедури реалізації Стратегії мають базуватися на тому, що це інформаційна база для прийняття стратегічних рішень в системі управління економічного зростання області.

Оскільки економічна ситуація постійно змінюється, доцільно щорічно поновлювати Стратегію. Необхідно створити окремий підрозділ адміністрації, який буде проводити моніторинг її виконання, координувати та синхронізувати реалізації окремих проектів. Виконання запропонованих напрямків активізації інноваційної діяльності дасть змогу підвищити рівень інноваційної активності малого та середнього підприємництва Одеського регіону, стабілізувати процес оновлення виробництва, ефективно використовувати залучені внутрішні і зовнішні інвестиції в інноваційну діяльність регіону.

Підприємство, яке виступає однією із рушійних сил розвитку національної економіки, на сьогоднішній день знаходиться в скрутному положенні. Існує ціла низка проблем, які стають перепонами на його розвитку. Для їх усунення мають бути задіяні державні механізми дієвої підтримки з урахуванням основних національних, регіональних і корпоративних інтересів, які забезпечать ефективний правовий супровід, фінансово-кредитну підтримку та організаційно-консультаційне забезпечення інноваційної діяльності, стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів підприємництва.

**Список використаних джерел:**

1. Про інноваційну діяльність. Закону України від 04.07.2002 N40-IV Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, N 36, ст.266.
2. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні. Закон України від 08.09.2011 N3715-VI. 3715-VI, Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, N19-20, ст.166.

**Ковтун Т. К.**, студент  
**Науковий керівник:** Моторин Р. М.,  
д.е.н., професор, Київський національний  
торговельно-економічний університет, м. Київ,  
Україна

## **ПОРІВНЯННЯ ОБСЯГІВ ТА СТРУКТУРИ ВИРОБНИЦТВА ВВП УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ (У РОЗРІЗІ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ)**

**Вступ.** Порівняння української економіки зі здобутками Польщі – предмет фахових та побутових дискусій і наразі воно не на користь нашої держави. Реформаторський запал українців далекий від поляків, а самі реформи дуже часто відверто саботуються, але досвід реформ, солідарності, стійкості та наполегливості поляків може надихати, а їх шлях – указувати на правильні орієнтири [1].

**Постанова проблеми в загальному вигляді.** Одним із найважливіших показників системи національних рахунків є валовий внутрішній продукт (ВВП) країни. Основна проблема полягає в міжнародному порівнянні структури та динаміки виробництва ВВП і визначенні головних факторів впливу на нього.

**Постанова завдання.** Провести порівняння обсягів та структури ВВП України й Польщі, що характеризує стан економіки; проаналізувати подібність галузевих структур Польщі та України протягом 2016 – 2017рр.; схарактеризувати динаміку структурних зрушень окремо по Україні та Польщі, порівняти ці дані. Визначити

загальну зміну (VA) валової доданої вартості за рахунок зміни оплати праці (W), продуктивності праці (P), частки VA окремої галузі в загальному обсязі випуску (dVA), зробити висновки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Оскільки обсяги та структура виробництва ВВП Польщі є орієнтирами для України, то доцільним буде порівняти їхню галузеву структуру виробництва ВВП (у розрізі агрегованих галузей економіки) за допомогою коефіцієнта подібності галузевих структур (K1) відповідно за 2016 – 2017 рр.

Таблиця 1

Коефіцієнт подібності галузевих структур Польщі та України (K1)

Коефіцієнт подібності галузевих структур Польщі та України (K1)	
2016	2017
0,87	0,89

Відповідно до даних, поданих у Таблиці 1, можна зробити висновки, що галузева структура виробництва ВВП Польщі та України досить подібна (87%) за 2016 рік та ще більша за 2017 рік (89%), що є досить гарним результатом для України, оскільки Польща є нашим орієнтиром, однак не стовідсотковий показник указує на те, що нам є, куди прагнути і які галузі економіки розвивати, аби досягти такого ж успіху, як поляки.

Для того, щоб оцінити з якою інтенсивністю змінюються галузеві структури виробництва ВВП України та Польщі потрібно проаналізувати динаміку структурних зрушень за допомогою квадратного коефіцієнта структурних зрушень (K2). Це допоможе визначати, як змінились галузеві структури економіки України та Польщі за 2016 – 2017 рр.

Таблиця 2

Квадратний коефіцієнт структурних зрушень (K2)

Квадратний коефіцієнт структурних зрушень (K2)	
Україна	Польща
0,02288	0,15304

Згідно з даними, представленими в Таблиці 2, можна зробити висновки, що структурні зрушення в галузях економіки України незначні і складають, відповідно, усього 2%, тоді як в Польщі – аж 15%. Це свідчить про те, що галузева структура виробництва ВВП Польщі інтенсивно розвивається, тоді як в Україні залишається майже незмінною. Очевидно, причина цього полягає в тому, що в Україні досі відсутні будь-які стратегічні програми модернізації реальних галузей економіки.

Наступним кроком для порівняння обсягів та структури ВВП Польщі й України є аналіз зміни (VA) валової доданої вартості у відносному вираженні (IVA), за рахунок зміни оплати праці (W), продуктивності праці (P), частки (VA) окремої галузі в загальному обсязі випуску (dVA). Вплив кожного із цих факторів допоможе проаналізувати, за рахунок чого змінювалось ВВП України та Польщі.

Для аналізу було взято дані про структуру виробництва ВВП за 2016 рік (як за базисний період) і за 2017 рік (як за звітний період).

Таблиця 3

Вплив головних факторів на зміну обсягу та структури ВВП України та Польщі протягом 2016-2017рр.

Загальна зміна VA у відносному вираженні (IVA)	Україна	1,25
	Польща	1,06
Зміна VA за рахунок зміни витрат праці (IVA(W))	Україна	1,34
	Польща	1,24
Зміна VA за рахунок зміни продуктивності праці (Iva(P))	Україна	0,92
	Польща	0,87
Зміна VA за рахунок зміни частки VA окремого сектора у загальному обсязі випуску (IVA(dVA))	Україна	1,01
	Польща	0,99

Джерело: власні розрахунки за офіційними даними [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua) та [stat.gov.pl](http://stat.gov.pl) [4,6].

Аналізуючи дані, подані в Таблиці 3, та порівнюючи загальну зміну VA Польщі та України у відносному вираженні (Iva), можна зробити висновки, що валова додана вартість України збільшилась на 25%, тоді як у Польщі – усього на 6%. Варто зауважити, що незважаючи на істотні зміни ВВП України в порівнянні з Польщею, обсяги ВВП України значно менше, ніж у Польщі, до того ж поляки мають уже досить розвинену і сталу економіку, на відміну від України. Це пояснює незначні зміни ВВП Польщі у відносному вираженні.

Для того, щоб проаналізувати, за рахунок чого змінилась ВДВ галузей економіки Польщі та України більш детально, потрібно визначати вплив кожного з факторів, а саме: зміна витрат праці (Iva(w)), зміни продуктивності праці (Iva(p)) та зміни частки VA окремої галузі в загальному обсязі випуску (Iva(dva)).

Якщо порівняти дані Таблиці 3 щодо Польщі й України, то можемо зробити висновки, що значний вплив на загальну зміну валової доданої вартості має фактор зміни витрат праці. В Україні він становить 34%, що є досить високим екстенсивним показником, а в Польщі – 24% (хоча цей показник і менший, ніж в Україні, але також досить суттєвий). Отже, зміна оплати праці безпосередньо впливає на збільшення обсягів виробництва ВВП в Україні та Польщі.

Що стосується фактору зміни продуктивності праці (Iva(p)), то він негативно впливає на зміну валової доданої вартості, і в Польщі, і в Україні. Відповідно, в Україні становить (-8%), а в Польщі аж (-13%), що є інтенсивним показником. Незважаючи на те, що негативний коефіцієнт зміни продуктивності праці в Україні менший, ніж у Польщі, потрібно враховувати, що продуктивність праці в Польщі в абсолютному вираженні більша, а тому певною мірою Польща має більше можливостей для інвестування. Україна ж має реструктуризувати економіку та покращити умови праці робітників для збільшення її продуктивності.

Останній фактор аналізу – темп зміни частки валової доданої вартості окремої галузі в загальному обсязі випуску (Iva(dVA)). Відповідно до даних, поданих у Таблиці 3, цей показник для України складає 101%, а для Польщі – 99%. Можемо зробити висновок, що порівняно з Польщею, Україна збільшила ефективність використання

проміжного споживання, за рахунок збільшення частки ВДВ окремих галузей в загальному обсязі випуску, що сприяє збільшенню обсягів виробництва ВВП.

**Висновки.** Отже, порівнявши обсяги та структуру виробництва ВВП України та Польщі можна зробити висновки, що вони, безумовно, є подібними, однак українцям є до чого прагнути. Галузева структура виробництва ВВП Польщі інтенсивно розвивається, тоді як в Україні залишається майже незмінною, бо в нас досі відсутні будь-які стратегічні програми модернізації реальних галузей економіки. ВВП України значно менше, ніж у Польщі, в абсолютному вираженні, до того ж поляки мають уже досить розвинену і сталу економіку, а наша держава ж має її реструктурувати та покращити умови праці робітників для збільшення продуктивності праці. Результати дослідження засвідчили, що нині темпи зростання ВВП в Україні значно вищі, ніж у Польщі (25 п.п. проти 6 п.п.) Крім того, в Україні, порівняно з Польщею, сильніше впливає екстенсивний фактор оплати праці на 10 п.п., тоді, як зміни впливу продуктивності праці в обох країнах є негативними, при чому в Польщі цей фактор впливає негативно набагато сильніше. Що стосується частки ВДВ у випуску, то вона має різнонаправлений вплив на ВВП розглянутих країн. У нашій державі цей фактор впливає позитивно, тоді, як в Польщі, навпаки – негативно.

*Список використаних джерел:*

1. Діденко С. Економіка України та Польщі: скільки потрібно, щоб наздогнати // UA.NEWS. – Режим доступу : <https://ua.news/ua/ekonomika-ukrayiny-ta-polshhi-skilky-potribno-shhob-nazdognaty/>.
2. Кіріченкова Л. Порівняння економік Польщі та України // Uteka Режим доступу : <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-porivnyannya-ekonomik-polshhi-ta-ukraini>.
3. Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження «Таблиця» «Витрати – Випуск» / від. за вип. І. Нікітіна, Київ, 2018, 46 с.
4. Методологічні пояснення Держстат України, 1998-2019 (станом на 13.06.2019 р.). – Режим доступу : [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/metod\\_nr.htm](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/metod_nr.htm).

**Ковтуненко Ю.В.**, к.е.н., доцент  
Одеський національний політехнічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Сучасний етап економічного розвитку світової економіки обумовлений трансформацією всієї економічної системи в контексті її інтелектуалізації. Сучасні дослідження інноваційної економіки і економіки знань на перше місце ставлять питання інтелектуального капіталу та застосування інтелектуальних ресурсів, не акцентуючи увагу на те, що в сучасному світі в умовах глобалізації з'являється таке масове явище, як інтелектуалізація економіки [1].

Розглядаючи проблему інтелектуалізації з економічної точки зору, то можна відзначити певні особливості, що стосуються інтелектуального ринку, інтелектуального та інноваційного капіталу.

Елементами інтелектуалізації економіки є:



- інформація;
- наукові знання;
- професійний, науковий і культурний потенціал суспільства.

В сукупності вони можуть бути розглянуті як інтелектуальні економічні ресурси [1-2].

У сучасних умовах роль інтелектуальних ресурсів надзвичайно зростає. Вони багато в чому визначають не тільки якість виробленої продукції та послуг, а й структуру національної економіки, ефективність функціонування народних господарств, їх інноваційний потенціал, який, в свою чергу, поділяється на певні складові, що обумовлені в ієрархічну структуру. В якості таких складових інноваційного потенціалу економічної системи виступають:

- виробнича;
- кадрова;
- організаційно-управлінська;
- технологічна;
- науково-технічна;
- фінансово-економічна.

Інноваційний потенціал – це основа ефективного розвитку й організації взаємодії всіх суб'єктів економіки і суспільства.

Інтелектуалізація виводить на перший план людський капітал, елементами якого є:

- знання;
- навички;
- моральні цінності персоналу;
- культура праці.

Людський капітал є пріоритетом, оскільки перехід від індустріального до постіндустріального економічного укладу, який відбувається в найбільш розвинених країнах, в першу чергу означає зміну ролі людського фактору в сучасному виробництві. Потрібно висококваліфікований і освічений працівник, що володіє не тільки вузькопрофесійними знаннями, а й широким кругозором, який дозволяв би йому вільно орієнтуватися в постійно мінливій обстановці, приймати самостійні рішення.

Слід зазначити, що усталеним на сьогодні у міжнародній практиці є підхід до трактування категорії інтелектуальної економіки як галузі науки, що вивчає теоретичні і прикладні проблеми взаємодії суб'єктів економічної діяльності, пов'язаних з інтелектуальним капіталом, засобами його формування і ефективного використання, ринком інтелектуальних продуктів, формами та методами комерціалізації і інноваційної діяльності, а також з проблемами удосконалення методів оцінки вартості результатів інтелектуальної творчої діяльності, ціноутворення, фінансово-комерційних відносин, аналізу, аудиту та обліку з врахуванням вимог міжнародних стандартів [3-4].

***Список використаних джерел:***

1. Бондар І. К. Інтелектуалізація людського капіталу : монографія / І. К. Бондар, О. П. Сологуб, Л. І. Антошкіна, В. Я. Бідак, Л. М. Ільч, І. І. Кичко. – К. : Корпор, 2008. – 264 с.

2. Ковтуненко Ю.В. Методичний інструментарій оцінки інтелектуального капіталу інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Ю.В. Ковтуненко, С.Ю. Каверіна // Економіка та суспільство. – 2016. – № 2. – С. 286–291. – Режим доступу до журн.:[http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2\\_ukr/51.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/51.pdf)

3. Ковтуненко Ю.В. Проблеми людського капіталу в Україні / Ю.В. Ковтуненко, А.О. Кипибіда // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Регіональна, галузева та суб'єктна економіка України на шляху до євроінтеграції» (19-20 квітня 2017 р.). Тези доповідей. Частина 1. – Харків: ХНУБА, 2017. – С. 178–180.

4. Ситник Й. С. Інтелектуалізація систем менеджменту підприємств : концепція, системний моніторинг та моделювання : монографія / Й. С. Ситник – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 380 с.

**Костриченко В.М.**, к.е.н., доцент,  
доцент кафедри економіки підприємства,

**Ковальчук В.О.**, магістр

Національний університет водного господарства

та природокористування, м. Рівне, Україна

## **ДИСКУСІЙНІ АСПЕКТИ В ТРАКТУВАННІ АНТИКРИЗОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Все більшої актуальності в економіці підприємства набувають питання щодо обґрунтування стратегічних векторів його розвитку. Приймаючи раціональні рішення щодо функціонування та розвитку підприємства, які дозволять досягти визначеної стратегічної мети і бажаного результату при мінімальних негативних наслідках, важливо здійснювати постійний аналіз та оцінювання антикризової стійкості підприємства. Проблема визначення та підвищення антикризової стійкості підприємства набуває особливої значущості в умовах жорсткої конкуренції на ринку та кризової економіки, для яких характерними є невизначеність факторів впливу, різноманітність підприємницьких ризиків. Однак для цього треба мати чітке уявлення про саме поняття антикризової стійкості підприємства.

Огляд відомих наукових праць щодо трактування сутності економічної стійкості показав, що в сучасній економічній науці найчастіше це поняття ототожнюється з фінансовою стійкістю. Узагальнивши існуючі трактування поняття «економічна стійкість», можна сказати, автори, формулюючи визначення, досить часто як основу використовують такі дефініції: це стан підприємства або ресурсів, це рівновага або здатність повертатися до неї, це здатність підприємства (системи) та інше. Економічна стійкість розуміється як забезпечення внутрішньої стабільності підприємства та гнучкості реагування на зовнішній вплив. Враховуючи, що підприємство є складною, динамічною, відкритою соціально-економічною системою, то стійкістю є її «здатність зберігати свій працездатний стан щодо досягнення запланованих результатів за наявності різних мінливих впливів» [1]. Економічна стійкість підприємства відображає міру збалансованості елементів (функціональних і виробничих підрозділів), руху фінансових ресурсів за часом, обсягом і напрямом, визначає становище підприємства на ринку,

конкурентні переваги й потенційні можливості її досягнення або підтримки [7, с.57].

Досліджуючи взаємозв'язок між поняттями стійкості підприємства та антикризової стійкості підприємства, нами були проаналізовані визначення антикризової стійкості, які наведені в порівняно незначній кількості наукових робіт за даною проблематикою.

Так, одне з визначень антикризової стійкості наведене в дослідженні Локтіонова М. та Зуба А. Вони трактують поняття антикризової стійкості як здатність об'єкта повертатися в стан економічної рівноваги після того, як його було виведено з цього стану негативними впливами, викликаними кризою [6, с. 56].

Уривська Л. В. зазначає, що антикризова стійкість – здатність підприємства не допускати кардинального впливу кризи на його фінансово-господарську діяльність за рахунок використання технології антикризового управління, урахування специфіки галузі та формування резервних фондів протягом фази підйому життєвого циклу підприємства [10, с. 6].

Рогова В. О. вважає, що антикризовою стійкістю є здатність підприємства протистояти кризовим впливам, а в разі ж настання кризи – в максимально короткі терміни відновлювати докризовий стан; антикризова стійкість – цільова функція управління підприємством щодо запобігання кризі [8, с. 51].

Свобода Т.І. вважає, що антикризова стійкість – це така характеристика внутрішнього стану підприємства і його положення в бізнес-просторі, при належному рівні якої у випадку виникнення кризової ситуації підприємство не знижує своєї реальної вартості чи здатне відновити її швидко з мінімальними витратами [9, с. 324].

У своїй праці Костіна О.М. зазначає, що антикризова стійкість як комплексна категорія, характеризує одночасно схильність суб'єкта до виникнення й поглиблення кризи поточної діяльності та здатність до забезпечення і відновлення стійкого функціонування у майбутньому [4, с. 1].

Джерелюк Ю.О. трактує поняття антикризова стійкість як здатність підприємства зберігати лідируючі позиції на ринку під дією сукупності екзогенних та ендогенних факторів виникнення кризи в умовах конкурентного середовища, забезпечуючи при цьому розвиток підприємства, довгострокові конкурентні переваги на ринку та досягнення комплексної головної мети функціонування підприємства [2, с. 20]. В іншій роботі науковець зазначає, що антикризова стійкість як комплексна характеристика діяльності підприємства відображає здатність підприємства зберігати у довгостроковому періоді поступове покращення конкурентних позицій на ринку під дією сукупності факторів виникнення кризи в умовах конкурентного середовища [3, с. 262].

Узагальнюючи різні наукові погляди на сутність даного поняття, антикризову стійкість можна трактувати як характеристику ендогенного стану підприємства і його положення в екзогенному економічному середовищі, при належному рівні якої у випадку виникнення кризової ситуації підприємство не знижує своєї реальної вартості чи здатне її швидко відновити, маневруючи

наявними ресурсами та приймаючи адекватні та превентивні антикризові рішення.

Особливо актуальною в економічній діяльності підприємства, що зазнає впливу кризових факторів, є проблема забезпечення його антикризової стійкості. В наукових роботах Джерелюк Ю.О. забезпечення антикризової стійкості підприємства розглядається як сукупність управлінських заходів, спрямованих на прогнозування економічної кризи підприємства і виявлення її на ранніх стадіях, в результаті яких підприємство зберігає можливість стійкого функціонування і здатне здійснювати розширене відтворення і створювати стабільні конкурентні переваги в умовах конкурентного середовища [3, с. 261].

Науковці Коюда В.О. та Костіна О.М. трактують поняття забезпечення економічної стійкості як складний і багатофакторний процес, обумовлений внутрішнім потенціалом під впливом зовнішнього середовища, у якому функціонує підприємство, його здатністю адаптуватися до постійних змін [5, с. 41].

Таким чином, в основу побудови теоретико-методичних засад дослідження антикризової стійкості, має бути покладене чітке розуміння її сутності. Антикризова стійкість підприємства досягається за такого стану суспільних та економічних відносин, за якого відсутні загрози критичного характеру, водночас зберігається повноцінна здатність господарюючого суб'єкта адекватно реагувати на ці загрози, маневруючи фінансовими ресурсами, виробничими програмами, технологіями та іншими ресурсами [3, с. 261]. Більше того, антикризова стійкість відіграє важливу роль у забезпеченні довгострокового функціонування та ефективного розвитку підприємства в умовах викликів, які продукуються конкурентним середовищем, невизначеністю та загрозою виникнення кризових ситуацій. Тому в умовах трансформації економічного середовища актуалізується пошук раціональних методичних підходів щодо оцінювання антикризової стійкості підприємства.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Василенко А.В. Менеджмент устойчивого развития предприятий: монография. К.: Центр учебной литературы, 2005. 648 с.
2. Джерелюк Ю. О. Криза як фактор порушення стійкості в економічних системах. Бізнес–Інформ, 2017. № 1. С.15–21.  
URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2017\\_1\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2017_1_3) (дата звернення: 20.10.2019).
3. Джерелюк Ю. О. Оцінювання внутрішньої антикризової стійкості туристичного підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип. 21. URL: <http://global-national.in.ua/issue-21-2018> (дата звернення: 20.10.2019).
4. Костіна О.М. Система показників для оцінки антикризової стійкості промислового підприємства. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream> (дата звернення: 20.10.2019).
5. Коюда В. О., Костіна О. М. Напрями та складові оцінювання антикризової стійкості промислового підприємства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Вип. 2 (12). Т. 2. С. 39–47. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeviv\\_2015\\_2\(2\)\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeviv_2015_2(2)_8) (дата звернення: 20.10.2019).
6. Локтионов М., Зуб А. Теория и практика антикризисного управления. М.: Генезис, 2005. 576 с.
7. Пілецька С.Т. Методологія антикризового управління економічною стійкістю авіапідприємств: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04. Київ, 2014. 791 с.

8. Рогова В.А. Концепция и этапы управления антикризисной устойчивостью организаций. Вестник ЮРГТУ (НПИ), 2012. № 1. С. 51–55.

9. Свобода Т.І. Теоретичні передумови формування антикризової стратегії торговельного підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2009. Вип. 2. С. 322-329. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp\\_2009\\_2\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2009_2_48) (дата звернення: 20.10.2019).

10. Урывская Л. В. Повышение антикризисной устойчивости сельскохозяйственных предприятий в системе государственного регулирования АПК: автореф. дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2010. 20 с.

**Крамаренко А.В.**, к.е.н., доцент  
**Вишневська М.К.**, к.т.н., доцент  
Національна металургійна академія України,  
м. Дніпро, Україна

## **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ**

Серед актуальних трендів в управлінні людськими ресурсами в сучасних компаніях виступають: мобільність та гнучка зайнятість, автоматизація рекрутинга, навчання та розвитку, гейміфікація в HR, цифрові платформи для пошуку талантів, розвиток корпоративних соціальних мереж, рішення в Well-being та ін. Це підтверджується результатами досліджень керівників українських і мультинаціональних компаній [1].

В даний час багато вітчизняних компаній почали використовувати цифрові технології в області управління людськими ресурсами, основна увага яких акцентована на автоматизації якомога більшої кількості процесів.

Опитування, проведене експертами Міжнародного кадрового порталу hh.ua [2] у компаніях різних регіонів України, показало, що серед 312 опитаних компаній кожна дев'ята з десяти автоматизувала свої HR-процеси:

- джоб-сайти (23%);
- соціальні мережі (29%);
- онлайн-інструменти для оцінки кандидатів (5%);
- хмарні технології (4%);
- системи моніторингу згадок компанії в соціальних медіа та ЗМІ (3%);
- Big Data (2%).

Завдяки діджиталізації бізнесу на ринку з'явилися компанії, які розробляють IT-продукти в галузі управління людськими ресурсами, за даними експертів таких продуктів вже близько 500. Серед найбільш популярних інструментів для діджиталізації HR та рекрутингу можна виділити наступні.

Zoho People - це інформаційна система, де менеджер по персоналу може записувати важливі деталі відразу в інтерфейсі. Система надає наступні функції: портал співробітників, портал самообслуговування, організаційна структура, контрольні списки для бізнес-процесів і т.д.

BambooHR - програмне забезпечення для HR-менеджерів в малому і середньому бізнесі. Включає в себе великий набір послуг з управління персоналом і процесами рекрутингу та може бути доповнена інструментарієм з обліку заробітної плати.

Workable - онлайн-система для управління процесами рекрутингу. Це рішення комбінує систему відстеження кандидатів (ATS, Applicant Tracking System) і рекрутингову платформу з можливістю пошуку релевантних резюме в інтернеті і на сайтах пошуку роботи.

Hurma System - недавнє поповнення ринку HRM / HRIS - систем. Це комплексне рішення для HR, рекрутингу та OKR в одній системі. Від першого контакту з кандидатом, проходження всіх етапів рекрутингу, до перевodu його в співробітники, адаптації, утримання і навіть моніторингу настрою.

Softline IT – рішення для HR, яке дозволяє автоматизувати процеси організації кадрового обліку та розрахунку заробітної плати в компаніях будь-якого рівня і різних галузях діяльності. Програма проста у використанні і в той же час має широкий спектр налаштувань і функціональних можливостей, охоплюючи всі завдання обліку кадрів.

Безумовно, наведений перелік програмних продуктів не є вичерпним, існує велика кількість актуальних продуктів, сервісів та платформ в різних HR-галузях.

Для пошуку персоналу підприємства також використовують соціальні мережі (LinkedIn, Facebook). LinkedIn – це найбільша у світі соціальна мережа для пошуку та встановлення ділових контактів. Кількість українських користувачів LinkedIn перевищує два мільйони осіб, а кількість вакансій в Україні перевищила 50 тисяч [3].

Епоха цифрових технологій диктує необхідність пошуку нових та адаптації існуючих моделей менеджменту. Діджитал-технології підвищують ефективність управлінських рішень не тільки в HR, а стають основою майбутньої конкурентоспроможності компанії. Але для того, щоб підприємство залишалось успішним, спеціалістам з управління людськими ресурсами доведеться тісно співпрацювати з IT-підрозділами та ретельно вибирати програмне забезпечення.

#### *Список використаних джерел:*

1. Digital HR UKRAINE - Режим доступу: <https://hrdigital.solutions/#rec116853856>
2. Жуковська В. М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток / В. М. Жуковська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2017. - Вип. 27(2). - С. 13-17. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>
3. Савчук Т. Професійна мережа LinkedIn: як привернути увагу роботодавців - Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/29229616.html>

**Kravchenko S.A.**, the professor  
The Kiev co-operative institute of business and  
the right, the city of Kiev, Ukraine

## **BUSINESS - THE ENVIRONMENT OF SMALL BUSINESS**

For studying of contextual features of the organisation of enterprise activity use based is important on is system - an evolutionary paradigm multicontextual approach. The given approach focuses attention on multidimensional research of that aspect of economy which is connected with determining action of diverse structural conditions and factors, is hidden economic processes influencing a course and changes.

Institutional norms and rules create restrictions, define possibilities and stimulus for business. Cultural - valuable orientations influence recognition of technological, market and organizational possibilities by businessmen. The width and periodicity of influence of factors business - allows to subdivide environments business into enterprise activity - the environment of small business on remote (macroenvironment) and the environment of the nearest environment (a microhabitat or the internal environment).

Businessmen adapt to factors of macrocircle, as they are uncontrollable and cannot cope enterprise structures. It is possible to present a microhabitat of the subject of small business as set of the functional areas, everyone their which is characterised by special objects of activity, technology, relations [1].

The analysis of factors business - environments of small business allows to aggregate them on groups (nature - climatic, scientifically - technical and valuable - the institutional environment including cultural, financially - economic, organizational, legal and political environments), each of which has certain components. Business - environment forms original and difficult structured space of co-operating and numerous factors, various on the importance and duration of influence on behaviour of small business.

Small business represents a multilevel network of market and not market institutes and mechanisms of their interaction in which frameworks activity on production, creation, storage and distribution of new knowledge and technologies is carried out. Realisation and functioning of these institutes it urged to provide the effective it is state - private partnership.

Business - the environment of small business - the difficult multidimensional functional system acting in a kind structurally - a spatial environment. Subjects of small business represent the open system which internal environment can видо change under influence business - the environment forming set of factors of direct and indirect influence.

The model which has developed in national economy business - environments of small business creates some frame conditions to some extent favorable for its development and causes formation of corresponding model of small business. The variation of parametres of enterprise behaviour in frameworks given models depends on potential e è basic the technical - economic matrix which exhaustion negatively affects results of activity of small business, leads to decrease its competitive advantages. The model of its development turns to model of a survival from - for developed adverse business - environments. Change of model on the basis of transformation of its basic backbone structures is necessary. Preservation of out-of-date model business - will be accompanied environments by reproduction of inefficient forms and methods of enterprise activity.

For effective interaction about business - it is necessary for subjects of small business to analyze constantly dynamics of its development, however such analysis becomes complicated a number of circumstances which make special demands to professional level of enterprise activity circle. First, the structure of factors is difficult enough and diverse; secondly, degree of influence of each of factors on enterprise activity is inadequate; thirdly, influence of one factors has constant character, while

others - incidental; fourthly, changes in business - environment are mobile and chaotic that complicates their researches [2].

The starting mechanism the valuable - institutional innovations is accumulation by businessmen of experience and the knowledge connected with detection of new possibilities proceeding from modified perception of benefits and costs, and also formation of representations about the alternative models of the behaviour based on updated cultural - valuable reference points.

Speed of change of various contexts business - is caused environments them inertia. Key value factors inertia have, characterising orientation and degree of influence on parameters of this activity and defining comprehensible combinations of elements of variability and a heredity. Thus abilities of revealing of forces braking transformation, organizational forms and institutes, cultural and technological barriers are important, and also realisation of the measures, allowing to weaken their influence and successfully to spend changes.

In the given conditions the new mental model of business allowing more adequately to classify an economic situation and to form a frame line of action, and also corresponding to this set situational the value - institutional mechanism is created. At microlevel the value - institutional innovation acts in a kind the value - institutional business connected with realisation local the value - institutional changes, and "the traditional" businessman creates new business - models.

The choice of forms and methods of institutional changes by the businessman is defined by search of possibilities of their realisation in developed cultural-institutional and technik - economic context on the basis of use of some the value - semantic schemes. In turn, character and scales of influence of institutional business on transformation of a cultural and institutional landscape in many respects depend from divided by members of a society of a matrix cultural - valuable orientations and institutional system [3].

In innovative economy coordination is provided with a complex combination market. In each of its spheres there is own statement of a problem about decision-making in the conditions of uncertainty and the mechanism of its realisation. Compromise search assumes use as a debatable and trunk-call platform affirmed on macrolevel cultural - valuable representations which focus on achievement of the general benefits. It allows to reduce various procedures of coordination to a common denominator and to solve the practical problems connected with changes business - environments on the basis of development cooperation - competitive mechanisms, formation of successful enterprise networks and clusters.

As it is marked in the concept of institutional configurations for understanding of mechanisms of realisation of changes in business - environment important allocation for institutes internal and external a stake holders in an explicit form with detailed elaboration of their structure, resources, influences, interests, motivation, strategy.

Innovators of macrolevel are capable to carry out system changes of institutional structures dominating in economy. The given changes are defined by a parity of co-operating forces of subjects of business, width of their spectrum the value - semantic



representations and perception of possibilities of transformation economic - cultural, institutional and nature - the technological environment [4].

Arising structural changes in economy can differ with character of motions in cultural - valuable system and different degree of reflexion of interests of separate groups of subjects of business, and also radicalism of methods and a choice of rates of carrying out socially - economic transformations. It is often accompanied by creation corresponding the value - focused economic model with peculiar to it institutional dysfunctions, defects, lagoons, administrative barriers and other forms of display of an inefficiency of the institutional device of economy. Thus developed level of development of economy forms a bunch of technological possibilities of change of a trajectory of economic growth, and cultural - valuable and institutional systems define a spectrum really - possible changes of economy in time. In the conditions of globalisation and an innovative competition necessity of revision cultural - valuable stereotypes, reorientation institutional and economic an expert on the basis of a new set of tool values amplifies: mobility of powers and responsibility, a competition of ideas, flexibility of organizational structures, increase of the importance of non-material resources, activization of processes of generating and duplicating of innovations.

Thus, the version of a platform of research programs which allows to create integration the theory is offered geterodoxe. The strukture - dynamic approach to the analysis of small business helps to expand knowledge of this phenomenon, allows to reveal laws of structurization of elements of economic life and evolution business - environments taking into account distinctions in them inerzion and different types of dependence of the present from the past and the future. The given positions can be used as a theoretical basis of formation of model in which frameworks working out of concrete hypotheses about success of enterprise strategy and their empirical testing is possible.

#### *The literature:*

1. Biryukov, V.V., Romanenko, E.V. Economic behavior of business entities, culture and i nstitutions: Specifics of heir interrelations in conditions of neo industrialization / V.V. Biryukov, E.V. Romanenko, S.M. Khairova, B.G. Khairov // European Research Studies Journal. - 2017. - V. 20 (4). - pp. 370–385.
2. Biryukov, V.V. Small Businesses in the Context of Innovation Compet ition / V.V. Biryukov, E.V. Romanenko, V.P. Plosconosova, I.G. Bagno, Y.V. Kalashnikova // International Journal of Economics and Financial Issues. - 2015. - V. 5 (4). - pp. 989–994.
3. Moodysson, J., Zukauskaitė, E. Institutional Conditions and Innovation Systems: On the Impact of Regional Policy on Firms in Different Sectors. R egional Studies. - 2014. - V. 48. - P. 1.
4. Rodrik, D. When ideas are more important than interests: preferences, worldviews and innovations in economic policy Innovation. American Economic Association. - 2014. - V. 28. - pp. 189–208.

**Курагеу Н.Г.**, студент  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.**,  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

В умовах неоіндустріального суспільства з'являються нові типи соціальних підприємств, які вирішують соціальні проблеми паралельно з отриманням прибутку. Основні види соціального підприємництва зосереджені в наданні послуг дітям, людям старшого покоління, інвалідам і т.д. Очікується прийняття закону про соціальне підприємництво, створюються умови для ефективного сталого розвитку та забезпечення економічної безпеки, як на регіональному, так і на державному рівні.

На даний час не існує єдиного, уніфікованого і загальноприйнятого визначення соціального підприємництва. Водночас в науковій літературі можна виділити чотири підходи до його визначення.

Перший підхід є узагальненим і широким, його суть полягає в тому, що під соціальним підприємництвом розуміють діяльність, кінцевим результатом якої є досягнення соціальної мети. Згідно даного підходу це може бути як традиційний бізнес із соціальною складовою, так і недержавні прибуткові і неприбуткові організації. Таке трактування не вважається повним, оскільки не окреслює тих особливостей, які відрізняють соціальне підприємництво від інших видів діяльності. Засновниками і прихильниками такого підходу є: Е. Шоу, Г. Морт, А. Фоулер [1].

Наступним є комбінований підхід, який передбачає існування не лише соціальної, а й бізнес-складової. А саме соціальне підприємництво - це процес створення нових підприємств, який веде до соціальних покращень, створює підприємницьку та суспільну цінність (А. Макміллан, Дж. Робінсон, Я. Рогалін).

Третій підхід є інноваційним (Дж. Мейр, Е. Нобоа, Х. Стівенсон, Ф. Перріні). Його суть полягає в трактуванні соціального підприємництва як інноваційного методу вирішення соціальних проблем. Особливістю даного підходу є виділення інноваційної складової діяльності й відповідно охоплення соціальних підприємств, які впроваджують інновації. Такий підхід є доволі одностороннім і виключає соціальні підприємства, які є інвестиційним джерелом фінансування соціальної сфери без використання інновацій.

Останній підхід - проблемно-орієнтований, прихильниками якого є К. Лідбітер. Відповідно до цього підходу соціальне підприємництво - це діяльність, соціальні результати якої спрямовані на вирішення проблем певної соціальної групи громадян (люди з інвалідністю, вимушено переселені особи, люди з алко- або наркозалежністю та інші) [2, с.55 ].

Таким чином, наявність кількох підходів свідчить про те, що соціальне підприємництво поєднує в собі багато різноманітних аспектів діяльності

організацій і є відносно новим, ще до кінця не дослідженим поняттям. Порівнюючи розглянуті підходи, варто сказати, що всі вони передбачають соціальну спрямованість в діяльності підприємства.

Разом із тим соціальне підприємництво - новий спосіб економічної діяльності і відрізняється своїми особливостями [3, с. 155]:

- соціальні підприємства створюються для досягнення соціально значущих цілей, наприклад, для створення робочих місць для людей з обмеженими можливостями, для навчання дорослого населення і т.д.

- соціальні підприємства є самоокупними за рахунок реалізації результатів діяльності, благодійності, добровільних пожертвувань.

- інноваційне підприємництво, може бути здійснено шляхом використання нової ідеї або зовсім нової комбінації ресурсів для вирішення соціальних проблем і забезпечення економічної безпеки.

Хоча сьогодні демонструє нам відсутність законодавчої бази, на основі якої можна було б найбільш об'єктивно оцінити організаційно-правові засади соціального підприємництва, його вплив на вирішення окремих соціальних проблем в Україні та проаналізувати особливості його функціонування на території держави. Однак, «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери “СОЦІУМ-XXI”», трактуючи соціальні підприємства, як організації (незалежно від організаційно-правової форми), які вирішують соціальні та/чи екологічні проблеми, створило «Єдиний каталог соціальних підприємств», на основі якого можна частково продемонструвати тенденції розвитку даного виду діяльності [4, с.271]. Серед поданого в Каталозі переліку соціальних підприємств за останні 10 років (з 2008 р. до 2017 р.) було зареєстровано 112 таких організаційних структур, з них 66 - були зареєстровані у 2015-2016 рр.

Окрім того, молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI» сформулював певні критерії у відповідності з якими організації надається статус «соціального підприємства». Зокрема, до них слід віднести:

- працевлаштування вразливих груп населення (ветерани АТО, ВПО, люди з інвалідністю, мешканці сільської місцевості та ін.);

- частина чи весь прибуток від діяльності спрямовується на підтримання статутної діяльності громадських організацій, благодійних організацій чи благодійних фондів;

- частина чи весь прибуток виділяється на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення / підтримки соціальних, культурних чи спортивних заходів, проектів.

Аналізуючи розвиток соціальних підприємств в Україні за останні кілька років, можна із впевненістю сказати про суттєве збільшення кількості зареєстрованих підприємств з 2012 року до 2016 року з 5 до 34 одиниць відповідно за один рік, що свідчить про активний розвиток даного виду підприємницької діяльності. Така ситуація, на нашу думку, пов'язана із соціально-економічними зрушеннями, що виникли в країні на основі подій політичного характеру. Так, соціально-економічна ситуація у 2014 році

характеризувалася проявами посиленої стагнації та занепадом. Саме тому, виникла гостра необхідність у пошуку альтернативних джерел фінансування та допомоги у вирішенні соціальних проблем найбільш уразливих категорій громадян. Інструментом, за допомогою якого можливо частково вирішити дані соціальні проблеми, стали новоутворені соціальні підприємства.

На сьогоднішній день в Україні використовується обмежена кількість джерел фінансування соціальних підприємств, головними з яких є: гранти від міжнародних фондів та організацій, а також конкурси для соціальних підприємств. Така ситуація спричинена недостатнім розвитком інституту соціального підприємництва в Україні. Щодо міжнародних організацій, то вони відкриті до співпраці, і чекають ініціативи від соціальних підприємств. А от щодо держави, то вона може популяризувати створення та діяльність соціальних підприємств шляхом поширення інформації серед населення у ЗМІ.

В Україні на сучасному етапі її соціально-економічного розвитку спостерігається повільне становлення і розвиток соціального підприємництва. Для вітчизняних соціальних підприємств корисним може виявитися досвід європейських країн, де такі підприємства на ранньому етапі своєї діяльності мають можливість отримувати різноманітні пільги, субвенції від держави та мобілізувати кошти за допомогою реклами власної соціальної діяльності у соціальних мережах Інтернет. Однак, така зорієнтованість може мати і зворотній бік - стати причиною зловживання податковими пільгами, субвенціями та іншими безповоротними активами, що надаються з боку держави (гранти та різні види дотацій). Аналіз вітчизняного досвіду функціонування соціального підприємництва показує, що сама діяльність, рівень розвитку та власне організація роботи СП в Україні дуже відрізняються від їх аналогів у світі. Соціальне підприємництво в Україні, хоч і має перспективи свого розвитку, проте в умовах сьогодні знаходиться на примітивному рівні свого розвитку та, на нашу думку, характеризується наявністю багатьох чинників, що його гальмують.

#### **Список використаних джерел:**

1. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. *Україна: аспекти праці*. - 2014. - Випуск №4. URL: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&sour>.
2. Куц М. Р. Соціальне підприємництво: основні ідеї і перспективи дослідження в соціології. *Наукові записки* 2015. Том 174. С. 51-55.
3. Мокій А. І., Дацко О. І. Розвиток соціального підприємництва у контексті зміцнення економічної безпеки депресивних. *Економічна безпека і підприємництво*. 2014. № 1 (53). С. 155-166.
4. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. *International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings*. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
5. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.

**Куркіна Д.О.**, студентка  
**Науковий керівник: Костяна О.В.**, к.е.н.,  
Харківський національний університет  
Ім. Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ**

Регулювання соціальної сфери є одним із найважливіших напрямів державного управління. Цільову спрямованість податкового механізму визначає податкова політика, яка реалізується через виконання фіскальної функції та посилення впливу на соціально-економічні процеси при застосуванні бюджетно-податкових важелів. Для вирішення проблем соціального характеру головною метою податкової політики є досягнення раціонального співвідношення між фінансовими можливостями держави та видатковою частиною бюджету на реалізацію соціальних програм. [1]

В Україні реалізуються заходи, у тому числі і податкової політики, які спрямовані на раціональне розміщення продуктивних сил, створення нових технологій, заохочення підприємництва та інші заходи, які сприяють збереженню і розвитку системи робочих місць.

Людський капітал — розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який використовується у різних сферах суспільного виробництва та сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів його власника. [2]

Оскільки формування людського капіталу відбувається протягом всього життя людини, то з боку держави мають бути забезпечені умови для його розвитку протягом всього цього періоду. Тобто стимулюючи заходи повинні бути спрямовані на його розвиток починаючи з дитячого віку.

Лауреат Нобелівської премії з економіки Саймон Кузнець зробив істотний внесок у створення теорії людського капіталу. Він поставив достатність стартового накопиченого людського капіталу на перше місце з факторів, що визначають вдале застосування накопиченого досвіду передових країн. [3]

На сьогоднішній день світовими лідерами стають країни, які навчилися краще за інші використовувати знання, вміння, компетенції людей, їх здатності до подальшого навчання. Тому, це можна визначити як капітал у формі інтелектуальних здібностей та практичних навичок, отриманих в процесі освіти та практичної діяльності людини. [4] Одним із способів забезпечення ефективної зайнятості є дії держави, спрямовані на її розвиток. Поліпшення цього показника перебуває серед основних причин економічного розвитку, тому що людський капітал складає більшу частку добробуту суспільства.

У сучасному світі запорукою побудови конкурентоспроможної та зростаючої економіки є розвиток науки та інновацій, які вважаються стратегічним ресурсом держави. Орієнтація на традиційні трудомісткі індустріальні галузі, характерна для України, стоїть на заваді розвитку людського капіталу та

забезпечення стабільного зростання економіки. [5] Суттєве відставання наукової та освітньої бази країн від науки й освіти країн, що знаходяться на етапі п'ятого або навіть шостого технологічних укладів, унеможливорює швидке просування у виробництві технологій та інновацій, спроможних конкурувати на світовому ринку й призвести до швидкої зміни укладу економіки. Водночас, підвищення рівня знань та формування робочої сили, яка адаптивно реагує на виклики високотехнологічної економіки, є головною запорукою продуктивності праці та зростання рівня зайнятості.

Законодавство України містить досить обмежене коло інструментів податкового стимулювання розвитку людського капіталу персоналу підприємства, що обумовлює певний дестимулюючий вплив податкової політики на розвиток людського капіталу. [4]

Стимулюючий вплив на розвиток людського капіталу можна віднайти в механізмі справляння ПДВ, податку на прибуток підприємств, а також податку на доходи фізичних осіб. Найбільший регулятивний потенціал в стимулюванні розвитку людського капіталу має податок на прибуток підприємств. [4]

Використання норм Податкового кодексу надає можливість зменшити базу оподаткування ПДФО за рахунок податкової соціальної пільги та податкової знижки. В результаті застосування механізму податкової знижки за підсумками звітного року виникає можливість зменшення річного оподаткованого доходу на суму певних видів витрат, завдяки чому платник може отримати частину суми ПДФО, що була сплачена протягом року.

Платник податку має право включити до податкової знижки зокрема суми коштів, фактично здійснені ним протягом звітного податкового року витрати у вигляді суми коштів, сплачених платником податку на користь вітчизняних закладів дошкільної, позашкільної, загальної середньої, професійної (професійно-технічної) та вищої освіти для здобуття відповідної освіти такого платника податку та/або члена його сім'ї першого ступеня споріднення. Відповідно, зростає чистий дохід платника, що може стати одним з мотивуючих факторів щодо здобуття освіти платником або членами його родини.

Таким чином застосування деяких норм вітчизняного податкового законодавства забезпечує податкове стимулювання розвитку людського капіталу, все ж деякі питання та проблеми залишилися неврегульованими. Першочергово слід назвати відсутність в обох законодавчих актах механізму підвищення кваліфікації працівників, понесених працедавцями – суб'єктами малого підприємництва, що перебувають на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності.

#### *Список використаних джерел:*

1. Соціальні аспекти податкової політики: монографія / Ю.Б. Іванов, О.М. Тищенко, О.В. Грачов та ін.; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Іванова Ю.Б. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2011. – 304 с.
2. Людський капітал як соціально-економічна категорія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studentam.net.ua/content/view/4656/132/>
3. Саймон Кузнець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Саймон\\_Кузнець](https://uk.wikipedia.org/wiki/Саймон_Кузнець)

4. Податкове регулювання соціального розвитку: світовий досвід та тенденції в Україні: Монографія / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, О. В. Грачов та ін.; за заг. ред. Ю. Б. Іванова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 423 с.

5. Розвиток людського капіталу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018\\_LUD\\_KAPITAL.pdf](http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf)

**Кучер М.О.**, магістр  
**Науковий керівник: Дяченко Т.О.**, к.е.н., доцент  
Національний транспортний університет  
м. Київ, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ В СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ**

Пріоритетні напрями структурної перебудови транспортного комплексу України передбачають: формування і розвиток ринкового середовища в транспортно-дорожньому комплексі при державному економічному регулюванні; технічну і технологічну модернізацію транспорту на базі науково-технічного прогресу для підвищення рівня і якості транспортного обслуговування економіки з врахуванням зміни структури вантажопотоків; нову економічну політику, яка забезпечить скорочення витрат, підвищення прибутку та рентабельності транспортних підприємств; економію та раціональне використання паливо-енергетичних ресурсів; вирішення соціальних проблем на транспорті; створення системи нормативно-правового забезпечення розвитку і функціонування транспорту для вирішення вказаних завдань.

Використання системного аналізу бізнес-процесів у практиці управління підприємствами малого бізнесу з надання послуг у сфері міжнародних перевезень може служити основою для багатьох потенційно значущих рішень і дій керівництва. Формалізація бізнес-процесів на підприємствах дозволяє, з однієї сторони, їх моделювати та вдосконалювати і тим самим впливати на внутрішнє середовище підприємства, а з іншої - істотно підвищити прозорість і ефективність бізнесу загалом. Побудована за цими принципами інформаційна модель управління розвитком підприємства з надання послуг в сфері міжнародних вантажних перевезень може бути не тільки прибутковою, але і високоєфективною, гнучкою, що зможе швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища [3].

Традиційно міжнародна торгівля базується на передачі від продавця покупцю не лише товару, але й повного пакета товаросупровідних документів. Передача належних транспортних документів має важливе значення для виконання міжнародних договорів купівлі-продажу (зокрема, контрактів на умовах FOB та CIF).

Підготовка, передача і перевірка документів вимагає часу та здійснення витрат від сторін контрактів. До того ж документи можуть містити недоліки, помилки та навіть бути сфальсифікованими. Серйозні проблеми можуть виникнути, якщо, наприклад, теплохід прибуває у порт розвантаження, до того як

документи по ланцюгу продавців, покупців та їхніх банків були отримані кінцевим покупцем товару.

Українські експортери та їхні контрагенти можуть уникнути й подолати зазначені труднощі під час виконання міжнародних договорів постачання. Розвиток сучасних блокчейн-технологій гарантує безпечну та надійну передачу електронних записів. Для спрощення міжнародної торгівлі урядам усіх країн потрібно визнати та розвивати блокчейн-системи в міжнародній торгівлі й банківській практиці. Всім учасникам ланцюгу постачання товарів, у тому числі виробничим підприємствам, торговим компаніям, перевізникам та інспекційним компаніям, страховим компаніям і банкам, потрібно активно реєструватися та впроваджувати торгівлю з використанням профільних інноваційних торгових платформ [2].

При моніторингу проблем системи надання послуг з вантажних міжнародних перевезень, якими є ціноутворення і цінова політика, необхідно враховувати ряд принципів особливостей, характерних для становлення цього ринку, у тому числі практику, коли маркетинг використовується як засіб прискорення і розширення реалізації послуг із міжнародних перевезень вантажів, завоювання більшої частки на ринку при наявності серйозної конкуренції між перевізниками. У ході дослідження особливу увагу варто приділити ціноутворенню. Основним етапом удосконалення ціноутворення є розробка фіксованої, вільної і спеціальної ціни, а також комплексу заходів щодо залучення постійної клієнтури з урахуванням всіх зовнішніх і внутрішніх чинників впливу.

Для українських підприємств, що спеціалізуються на експорті, міжнародних перевезеннях відкриваються нові можливості для збільшення обігу та прибутків. З метою сприяння такому амбітному плану необхідно не тільки удосконалювати законодавчу, а також зібрати групу компетентних юристів, які мають досвід у міжнародних інвестиціях, будівництві та розвитку інфраструктури.

Економіка України базується переважно на зовнішній торгівлі, оскільки країна не має значного внутрішнього ринку. Українські підприємства продовжуватимуть відчувати на собі всі загальносвітові тенденції та будуть протистояти багатьом іншим ризикам, що виникнуть. Однак українським підприємствам потрібно шукати можливості за межами своїх кордонів і диверсифікувати свої торгові операції. Міжнародна торгівля може містити дуже серйозні ризики, але в будь-якому випадку продовжить розвиватися. Для охочих продавати свою продукцію на міжнародному ринку одним з найголовніших питань залишається пристосування до нових змін у правовому регулюванні міжнародної торгівлі, що стає все більш нестабільним і складним у зв'язку зі змінами у глобальній політиці та безпеці [1].

Сьогодні на ринку України присутні багато виробників відповідного програмного забезпечення, однак лише невелика кількість здатні забезпечити повний спектр необхідних послуг, а саме: забезпечення вчасної доставки, оптимізація маршрутів руху, використання існуючого програмного забезпечення через мобільний додаток.



Мурашина логістика – це сервіс, покликаний автоматизувати логістику, планування маршрутів і скоротити різні витрати. Він розроблений для компаній, бізнес-процеси яких пов'язані з наданням або використанням транспортних послуг: дистриб'юторських компаній; кур'єрських служб; Інтернет магазинів; інших підприємств, які здійснюють доставку внутрішньо міську або регіональну і використовують власний або найманий транспорт [3].

Сервіс служить для вирішення двох основних завдань: зменшення фінансових втрат за допомогою формування оптимальних маршрутів руху; організація робочого місця логіста з можливістю контролю його роботи.

Додаткові можливості:

- наочне відображення об'єктів на карті;
- розрахунок оптимальних маршрутів доставки з урахуванням ряду заданих параметрів;
- визначення необхідної кількості машин для виконання замовлень на доставку;
- відстеження фактичного маршруту і контроль кілометражу;
- формування план-факт аналізу роботи водія на маршруті;
- обмін даними з обліковою системою користувача;
- оперативна та аналітична звітність.

Використання даного інформаційного продукту буде мати найбільший ефект лише після налаштування продукту під реальні умови та особливості конкретного транспортного підприємства.

Відносини транспортувальників з різних галузей передбачають співпрацю між представниками різних галузей транспортної системи і складають інтермодальні перевезення. Такі перевезення є складним утворенням і вимагають координації фахівців різних профілів та видів транспорту.

Міжфірмовий рівень транспортної системи передбачає співпрацю між окремими підприємствами і в межах країни і у міжнародному середовищі. Це співпраця між замовниками транспортних послуг та безпосередніми перевізниками. Цей рівень відносин є найбільш поширеним та базовим у формуванні світової та національної транспортної систем.

**Висновок.** Отже, різні рівні відносин транспортної системи передбачають базування конкретних дій у сфері надання якісних послуг перевезення. Ці дії мають сприяти якісному процесу транспортування. Зазначимо, що напрямом розвитку транспортної системи є формування міжрівневих зв'язків. Такий напрям співпраці є перспективним та таким, що визначатиме якість відносин у транспортній сфері як окремих країн, так і світу в цілому.

*Список використаних джерел:*

1. Брайковська А. Дослідження особливостей формування ринку транспортних послуг як середовища функціонування підприємств транспорту // Економіст №9–2012 – С. 50–54
2. Вовк Ю. Аналіз стану транспортної системи України та перспективи її розвитку [Електронний ресурс] / Юрій Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2015. – Вип. 2 (13). – С. 5–15.
3. Почужевський О. Д. Оптимізація транспортної системи підприємства шляхом використання он-лайн сервісу «Муравьиная логистика» / О. Д. Почужевський, О. П. Матвійчук

// Проблеми енергоресурсозбереження в промисловому регіоні. Наука і практика: III Всеукр. науково-практ. конф. молодих вчених, фахівців, аспірантів (Маріуполь, 11–12 травня 2017 р.): тези доп. / ПДТУ. – Маріуполь, 2017. – С. 123–124.

**Лашутіна В.О.**, аспірант  
**Науковий керівник: Ільченко С.В.**,  
д.е.н., професор  
Інститут проблем ринку та економіко-  
екологічних досліджень НАНУ, м. Одеса, Україна

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ**

Морський транспортний комплекс є багатофункціональною структурою, що задовольняє потреби національної економіки у транспортному забезпеченні. Морські порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури держави з огляду на їх розташування на напрямках міжнародних транспортних коридорів. Від ефективності функціонування морських портів, рівня їх технологічного та технічного оснащення, відповідності систем управління та розвитку інфраструктури сучасним міжнародним вимогам залежить конкурентоспроможність вітчизняного транспортного комплексу на світовому ринку [1].

Найбільшими серед морських портів України, на сьогодні, є порти: Південний, Одеса, Миколаїв та Чорноморськ, на долю яких припадає близько 80% від загальної потужності морських портів України. Ключовими перевагами цих морських портів є наявність глибоководних підходів, які дають можливість обслуговувати великотоннажні морські судна, в тому числі, із залученням для надання послуг суб'єктами господарювання недержавної форми власності. Інші морські порти України, на сьогодні, можуть приймати судна із меншою осадкою, а обслуговування вантажопотоків, в переважній більшості, забезпечується стивідорними компаніями державної форми власності.

В Україні також функціонує мережа паромного сполучення, морських контейнерних ліній, що з'єднують Україну з портами країн Чорноморського басейну та є складовою міжнародних транспортних коридорів [2].

Наявна перевантажувальна потужність морських портів України в повній мірі не забезпечена відповідною пропускнуою спроможністю наземної інфраструктури, тому модернізація та створення нових потужностей має бути синхронізована із розвитком під'їзних шляхів до морських портів. Проблема недостатньої пропускнуої здатності припортових залізничних станцій та незадовільного залізничного сполучення найбільш гостро стоїть в морських портах Одеса, Миколаїв, Маріуполь, Бердянськ та Рені. На сьогодні врегулювання такої проблеми досягається за рахунок низького рівня завантаженості наявних потужностей.

Проте таке врегулювання є тимчасовим і не відповідає тенденція розвитку морських портів України. Подібна ситуація складається і з автодорожньою

інфраструктурою. Зокрема це стосується морських портів розміщених в межах міст. Пересування вантажного автотранспорту містами призводить до руйнування муніципальних доріг, шляхопроводів та мостів, утворенню заторів, а також погіршує екологічну ситуацію в населених пунктах.

Окрім розвитку під'їзних шляхів та ефективного використання наявних перевантажувальних потужностей, гостро стоїть питання відновлення портової інфраструктури стратегічного значення - причалів, каналів, акваторій та інфраструктури загального користування, зокрема внутрішньопортових автомобільних доріг, підкранових колій, залізничних шляхів, систем комунікацій тощо [3].

За фактичними даними ДП «Адміністрація морських портів України» морські порти України обробили 100,7 млн тонн вантажів за вісім місяців 2019 року, що майже на 19% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Як і раніше, основою позитивної динаміки обробки вантажів вітчизняними портами залишається експорт продукції українських підприємств за кордон. За звітний період він зріс більше, ніж на 24%, порівняно з аналогічним показником минулого року. Тоді як імпорт дав приріст лише в 8,1% (хімічні та мінеральні добрива), а транзит скоротився на 1,3%.

Серед українських морських портів лідерами з перевалки є чотири порти, які забезпечили обробку понад 87% усього обсягу вантажів протягом останніх восьми місяців. Південний перевалив майже 33,5 млн тон (+28,4%, порівняно з першими вісьмома місяцями минулого року). Миколаїв – понад 21 млн тон (+23,8%), Чорноморськ – 16,6 млн тон (+21,4%), Одеса – понад 16,2 млн тон (+17%).

За перші вісім місяців року морські порти України обробили 7 761 суден, що на 0,3% або 26 одиниць більше, ніж за аналогічний період минулого року. Найбільше суден опрацювали в Ізмаїльському морському порту (2411), Миколаївському (1162) та в порту Чорноморськ (1104). При цьому найбільший приріст обробки суден спостерігається у портах Ольвія (майже 30%) і Чорноморськ (понад 19%) [4]. Усе це свідчить про позитивні тенденції розвитку вантажоперевезень морським транспортом України.

Шляхи до забезпечення розвитку морських портів України [5]:

- гармонізація планів розвитку припортової інфраструктури та пропускної спроможності портів з програмами розвитку транспортної інфраструктури загальнодержавного рівня ;

- вироблення дієвих механізмів інвестування у розвиток припортових станцій, під'їзних залізничних шляхів та електрифікації магістральних шляхів в напрямку портів;

- перепрофілювання існуючих портових потужностей з перевалки вантажів на спеціалізовані перевантажувальні комплекси із залученням приватних інвестицій на умовах державно-приватного партнерства;

- розробка техніко-економічних обґрунтувань проектів будівництва нових морських терміналів;

- прийняття низькі законів, щодо компенсації інвестицій, внесених у стратегічні об'єкти портової інфраструктури та забезпечення державних гарантій щодо захисту прав інвесторів;

- забезпечення ефективного державного регулювання в сфері надання у морських портах спеціалізованих послуг

- модернізація та будівництво портових потужностей, оновлення вітчизняного спеціалізованого флоту та створення глибоководних морських терміналів;

При ефективному вирішенні проблемних питань щодо розвитку морських портів в Україні можна очікувати відповідних результатів, а саме: введення в експлуатацію нових та модернізованих комплексів, покращення інвестиційного клімату, створення додаткових робочих місць, забезпечення безперервного транспортного процесу в портах, ефективне функціонування інфраструктури портів, будівництво та модернізація додаткових глибоководних причалів, розширення та збільшення пропускної спроможності судноплавних каналів, утворення нових якірних стоянок та майданчиків, функціонування портів на інноваційній основі тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Міністерство інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/>

2. Адміністрація морських портів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uspa.gov.ua/ru/>

3. Стратегія розвитку морських портів України на період до 2038 року [Електронний ресурс] / Міністерство інфраструктури України: оф. веб-сайт. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/files/Стратегія%20розвитку%20морпортів%20до%202038.pdf>

4. Морські порти України та Одеської області: січень-серпень 2019 року [Електронний ресурс] / Управління транспортно-комунікаційної інфраструктури Одеської обласної державної адміністрації: оф. веб-сайт. – Режим доступу: <https://morhoz.odessa.gov.ua/morski-porty-ukrayiny-ta-odeskoyi-oblasti-sichen-serpen-2019-roku/>

5. Ліпський В. В. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку морських портів України [Електронний ресурс] / Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018, №19. – С. 168. – Режим доступу: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19\\_1\\_2018ua/38.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_1_2018ua/38.pdf)

**Лесюк В.С.**, студент

**Науковий керівник: Калініченко О.В.**,

к.е.н., доцент, Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава, Україна

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

На сьогодні постала важлива потреба приведення економіки України до умов неоіндустріального суспільства, адже для подальшого розвитку українських підприємств та їхнього виходу на світовий ринок необхідне впровадження нових реформ, які будуть слідувати світовим тенденціям. Тим часом, сучасні реалії української економіки демонструють, що інноваційний розвиток підприємств

знаходиться на низькому рівні. Тож питання неоіндустріалізації українських підприємств є ключовим для подальшого економічного зростання України загалом.

Під проведенням неоіндустріалізації України розуміється структурна модернізація, інноваційність української економіки з урахуванням нових вимог і завдань в умовах необхідності посилення конкурентоспроможності держави на міжнародному рівні. Така модернізація ґрунтується на інтеграційних процесах і орієнтована на усунення диспропорцій між добувними і переробними галузями [1].

Неоіндустріальне економічне зростання має відповідати таким показникам: економічна безпечність, відтворення природних ресурсів, функціонування новітніх технологій, перехід від капіталомісткого до переважно наукоємного типу економічного зростання, переважний розвиток виробництва духовних цінностей порівняно з матеріальними, панування безвідходної економіки [2].

На сьогодні інноваційний потенціал вітчизняних підприємств доволі низький, що зумовлено низькими темпами технологічного переоснащення їх основних засобів, відсутністю вагомих результатів в інноваційних процесах та згортанні обсягів наукових досліджень. Прискорення інноваційного розвитку підприємств можливо за умов комплексного підходу до вирішення проблем, що стримують інноваційні процеси в реальному секторі економіки [3].

Тож основними завданнями структурної перебудови економіки України до умов неоіндустріального суспільства є [4]:

- концентрація ресурсів на пріоритетних напрямках соціально-економічного розвитку з урахуванням національної специфіки;
- зміцнення технологічних порівняльних переваг вітчизняних товаровиробників відносно зарубіжних конкурентів;
- розвиток наукоємних виробництв;
- зменшення залежності національної економіки від імпорту товарів і ресурсів;
- збільшення частки ресурсоощадних виробництв;
- подальший розвиток галузей високих технологій;
- підвищення рівня внутрішньої збалансованості економіки;
- створення розвиненого споживчого сектору економіки та сфери послуг;
- розвиток інноваційних структур і технологій.

Необхідність прискореного інноваційного розвитку всіх галузей національної економіки, виробничих підприємств і здійснення на цій базі активної соціальної політики, спрямованої на суттєве підвищення якості життя, пов'язано з вирішенням багатьох організаційно-економічних проблем реалізації науково-технічних програм, у межах яких передбачається інноваційне оновлення матеріально-технічної бази виробництва, створення нових наукоємних підприємств, які відповідають сучасним вимогам науково-технічного прогресу [3].

Таким чином, українським підприємствам, які прагнуть до інноваційного розвитку та економічної безпеки необхідно сконцентруватися на проведенні

структурних інновацій, у першу чергу модернізації та спеціалізації, адже це забезпечить можливість повноцінного запуску механізму неоіндустріалізації економічного потенціалу підприємств. Неоіндустріалізація українських підприємств запустить процеси інноваційного соціально-економічного розвитку України наслідком чого стане зростання економіки та покращення життя населення не тільки в матеріальному плані, а й в соціальному.

*Список використаних джерел:*

1. Мартусенко І. В., Погрішук Б. В. Регіональна економіка : навч. посіб. Тернопіль : Крок, 2015. 626 с.
2. Дзюбик С. Д., Ривак О. С. Основи економічної теорії : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 481 с.
3. Шкарлет С. М., Ільчук В. П. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Чернігів : Чернігівський національний технологічний університет, 2015. 308 с.
4. Економічна теорія: Політекономія / за ред. В. Д. Базилевича. Київ : Знання-Прес, 2008. 719 с.

**Литвиненко О.М.,** к.е.н.

Університет імені Альфреда Нобеля, м.

Дніпро, Україна

## **ІДЕНТИФІКАЦІЯ НЕГАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ АГЕНТІВ РИНКУ ПРАЦІ**

Для виконання своїх функцій держава створює інститути, організації, в тому числі складові інфраструктуру ринку праці, проводить певну політику зайнятості. Всі ці заходи спрямовані на оптимізацію ресурсів, наявних в розпорядженні держави та на створення умов, що дозволяють ефективно використовувати трудові ресурси й забезпечують для всіх громадян можливість працювати. З цією метою державою створюються робочі місця, що мають певні характеристики й ставлять визначені вимоги до якості працівників.

У той же час життєві спрямованості людей, які виражаються в стратегіях економічної поведінки, визначають вибір типу зайнятості та конкретного робочого місця кожним індивідом на ринку праці. При цьому не завжди політика зайнятості, що впроваджується державою, враховує реальні тенденції у зміні прагнень людей, що складаються під впливом стратегій економічної поведінки. В результаті з'являється дисбаланс, що з одного боку пов'язаний з наявністю незатребуваних робочих місць, а з іншого – високу потребу в працевлаштуванні. І тут основна проблема полягає в розумінні того, що саме, які чинники й тенденції визначають вибір стратегій економічної поведінки, які співвідношення типів стратегій визначають зайнятість в певному сегменті та на ринку праці в цілому. Все це буде сприяти більш ефективному регулюванню процесом зайнятості, створення умов для оптимального використання трудового потенціалу та ресурсів як з боку держави, так і з боку окремої людини.

Стратегія економічної поведінки на ринку праці – це пріоритетна, стійка, особистісно значуща життєва спрямованість особистості, яку пов'язано з вибором оптимального для індивіда положення в сфері оплачуваної зайнятості, що

формується виходячи з орієнтації на певний дохід при певному обсязі трудових витрат.

Після фінансово-економічної кризи 2008 року у найбільш розвинутих країнах виникли нові моделі економічної поведінки працівників на ринку праці, що також відповідають сучасним умовам в Україні, які склалися під впливом майже перманентної економічної та політичної кризи, рівням і характеру трудових відносин, що складаються за таких умов й в цілому залежать від економічної політики держави на макрорівні. Можна запропонувати нову класифікаційну підставу для сегментування ринку праці на основі власних стратегій мотивації й економічної поведінки працівників, які, тим не менш, дуже жорстко детерміновані зовнішніми «правилами гри». Це дозволяє створити модель структури стратегій мотивації й настанов, що сприяє прогнозуванню ситуації на ринку праці та моніторингу його стану – в основному у залежності від зовнішніх факторів розвитку економічної ситуації та політики, що використовують підприємстві під час адаптації нових співробітників.

В основу типології поведінки працівників на ринку праці була покладена концепція економічної поведінки, оскільки саме вона обумовлює реакцію суб'єкта на зміну пріоритетів суспільного розвитку, на зміну характеру трудових відносин й тим самим визначає цілі та завдання його трудової діяльності.

Стратегія економічної поведінки працівника на ринку праці – це дії, яких дотримується працівник для досягнення своєї довгострокової, пріоритетною, стійкої, особистісно значущої життєвої мети, пов'язаної з досягненням оптимального розподілу наявних ресурсів й положення на ринку праці; стратегія формується виходячи з орієнтації на певний дохід при певній величині трудових витрат. Варіабельність стратегій визначається взаємодією трьох чинників: величини доходу, працездатності, можливої області прикладання праці (як умови необхідного сполучення праці і доходу). При цьому останній фактор виступає не тільки фізичним місцем, де досягається необхідне співвідношення праці й доходу, але, у власну чергу, формує привабливі або непривабливі сполучення, а також формує й змінює умови співвідношення, створює можливості для формування нових. Цей фактор сприяє також задоволенню й таких потреб, як досягнення престижного статусу, соціального статусу тощо.

Різний максимізуєчий ефект економічної діяльності суб'єкта на ринку праці може сформувати певні типи стратегій економічної поведінки. Можна виділити 9 типів стратегій у залежності від максимізації або мінімізації працездатності або доходу (суб'єктивних вигод).

Внаслідок цього за параметрами співвідносними витрат праці та результатів, свободи вибору і орієнтованості на результат можна створити узагальнюючу матрицю типів стратегій економічної поведінки працівників на ринку праці.

			Сфера застосування праці 1	Сфера застосування праці 2	Сфера застосування праці $n$	
	Max					
			Позаекономічні змінні			
Сфера застосування праці 1	Прибуток	Max $R$ Min $L$	Max $R$ Середня $L$	Max $R$ Max $П$	Позаекономічні змінні	
Сфера застосування праці 2		Середній $R$ Min $П$	Середній $R$ Середня $L$	Середній $R$ Max $L$		
Сфера застосування праці $m$		Min $R$ Min $L$	Min $R$ Середня $L$	Min $R$ Max $L$		
	Min		Праця			Ма х

Max  $R$  – максимум доходу, Max  $L$  – максимум праці

Середній  $R$  – середня величина доходу, Середній  $L$  – середня величина праці

Min  $R$  – мінімальний рівень доходу, Min  $L$  – мінімальний рівень праці

Рис. 1. Матриця стратегій економічної поведінки працівників на ринку праці

Зрозуміло, що найбільш загрозливими трендами економічної поведінки агентів ринку праці є ті, де вони прагнуть обмежити витрати праці та максимізувати прибутки. Їх ми розглянемо ретельно.

Стратегія максимум доходу ціною середнього рівня праці. Досягнення даного типу стратегії економічної поведінки пов'язане з максимізацією позаекономічних змінних, тобто дії, що сприяють:

- 1) досягненню та підтримання необхідного рівню професіоналізму й компетентності;
- 2) універсалізації працівника;
- 3) збільшенню життєвої активності особистості, наслідки якої позначаються на становищі індивіда на ринку праці.

Якщо на позаекономічні змінні працівник не орієнтований, то він прагне максимізувати складність трудових функцій. Певний обсяг позаекономічних змінних дозволяє скоротити час зайнятості або складність виконуваних робіт.

Аналіз залежностей у межах цієї стратегії свідчить про наявність наступних взаємозв'язків: чим вище рівень освіти, тим менше працівник освоює нові знання; чим нижче рівень освіти, тим сильніше працівник орієнтований на високий дохід; чим частіше працівник підвищує кваліфікацію, тим менше часу він самостійно освоює нові знання; чим вище рівень життєвої активності, тим менше часу в тиждень зайнятий працівник.

Істотне значення у формуванні цієї стратегії має дохід, котрий формується всередині сім'ї працівника, який реалізує даний тип стратегії економічної поведінки. Сім'я повинна мати високий рівень доходу, що припадає на одного члена. Дохід, принесений особисто працівником, як правило незначно вище цієї



суми. Це свідчить про те, що високий дохід складається за рахунок трудової участі не тільки працівника, а й інших членів сім'ї.

Реалізація стратегії безпосередньо пов'язана з рівнем освіти працівника, його віком, станом здоров'я та розрядом службовця або робітника.

Стратегія максимум доходу ціною мінімуму праці. Домогтися реалізації даної стратегії можна, перш за все мінімізуючи складність виконуваної роботи, за рахунок орієнтації на позаекономічні змінні (див. аналіз вище), що, в свою чергу, дозволяє скоротити час зайнятості (тобто даний тип працівників орієнтований на тривалість робочого часу менше за мінімально можливий обсяг годин на тиждень).

Аналіз залежностей й зв'язків у межах цієї стратегії показав наступні цікаві взаємозв'язку: чим більше років витрачено на навчання, тим нижче складність виконуваної роботи (отже, мова йде про те, що час, витрачений на навчання, не приносить працівникам сертифікати, його підтверджують); чим вище складність виконуваної роботи, тим нижче життєва активність працівника; чим вище рівень заробляти дохід, тим менше професійних переваг у працівника.

У більшості випадків цю стратегію неможливо реалізувати, якщо не мати інших членів сім'ї/батьків, котрі посідають високе посадове становище. Основне джерело отримання доходу – це підприємницький дохід. До того ж дохід, принесений особисто працівником, дорівнює прибутку, який припадає на одного члена сім'ї, що свідчить про значний внесок в сімейний бюджет інших членів сім'ї.

Інтерес представляє той факт, що орієнтація на максимальний дохід, низьку життєву активність, мінімальну складність виконуваної роботи, на наявність професійного стажу впливає безпосередньо з самої стратегії. Отже, це параметри, свідомо формуються працівником.

**Ліпич Л. Г.**, д.е.н., професор  
**Гаць А.А.**, студент  
Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

Лісове господарство України належить до тих видів економічної діяльності, рівень яких у структурі економіки країни є невисоким і становить 0,34-0,46 % [1; 2].

Разом з тим, від результативності виробництва лісопродукції залежить соціо-еколого-економічний розвиток нашої держави.

Продукція лісової галузі, тобто деревина, вважається найбільш поширеним та універсальним матеріалом, що має значну частку в економіці країни та використовується в промисловості, на транспорті, будівництві тощо [3].

Основні характеристики лісового фонду наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

## Характеристика лісового фонду України станом на 2018 рік

Показники	2018 р.
1	2
Площа земель лісового фонду, млн. га	10,4
Лісистість, %	15,9
Загальний запас деревини, млрд. м <sup>3</sup>	2,1
Загальний річний приріст запасу, млн. м <sup>3</sup>	35,0
Середній запас деревини на 1 га, м <sup>3</sup>	240,0

\* Джерело: [4]

Щорічно від усіх видів рубок заготовлюється близько 12 млн. м<sup>3</sup> деревини, що складає 34 % річного приросту. Це підтверджує значний економічний і природоохоронний потенціал лісів України. Більше половини насаджень створені людиною і потребують посиленого догляду [4].

Ліси України не виснажені. Це пояснюється тим, що запас на 1 гектарі складає близько 240 м<sup>3</sup> (сьоме місце в Європі, в Польщі – 219 м<sup>3</sup>, в Білорусі – 183 м<sup>3</sup>, в Швеції – 119 м<sup>3</sup>) [5].

Незважаючи на досить невелику лісистість, Україна займає 8 місце в Європі за площею лісів та 6 місце за запасами деревини [5].

Ліси ростуть в чотирьох природних зонах – Полісся, Лісостеп, Степ та Карпати, які мають різні відмінності в лісорослинних умовах.

За останні 50 років лісистість території держави зросла майже в 1,5 рази. За оцінками вчених і фахівців-практиків, оптимальний показник лісистості для нашої держави має сягати 19-20 %. В окремих регіонах бажано мати таку лісистість: Полісся – 32 % (наявна 26,8 %), Лісостеп – 18 % (13 %), Степ – 9 % (5,3 %), Карпати – 45 % (42 %).

Ще одна особливість лісової галузі України – це історично сформована ситуація із закріпленням лісів за численними постійними лісокористувачами. Зараз лісовий фонд України перебуває у віданні більше п'ятдесяти міністерств, відомств і організацій. Найбільшими з них є Державне агентство лісових ресурсів (Держлісагентство) України – 73 %, що є центральним органом виконавчої влади в галузі лісового та мисливського господарства, та органи місцевого самоврядування 13 %, а близько 0,8 млн. га лісів або 8 %, зокрема 0,4 млн. га полезахисних лісових смуг перебувають на землях запасу сільських рад [5].

Станом на 1 січня 2015 року в лісах Держлісагентства створено понад 3,2 тис. територій та об'єктів природно-заповідного фонду загальною площею більше 1,3 млн. га. Заповідність підпорядкованих лісів становить 16,6 %.

У 2013 році за ініціативи Держлісагентства України внесено зміни до нормативно правової бази і йому передані ліси, які перебували у віданні Міністерства аграрної політики та продовольства. Завершується також процес передачі до сфери управління Держлісагентства лісів, що перебувають у віданні Міністерства оборони.

Напрямами діяльності лісогосподарських підприємств є:

1) екологічний, що включає в себе проведення повного комплексу робіт з

посадки лісових насаджень, їх догляду, охорони та захисту. Діяльність підприємств базується на екологічно орієнтованих принципах ведення лісового господарства та лісокористування, а саме: збереження лісів високої природоохоронної цінності; посилення захисних, санітарно-гігієнічних, оздоровчих та інших корисних властивостей лісів; проведення рубок, які відповідають екології лісу та мінімізації негативного впливу на довкілля під час лісозаготівель; невиснажливого, безперервного і постійного лісокористування.

Раціональне використання лісових ресурсів передбачає планомірне задоволення потреб виробництва і населення в деревині та іншій лісовій продукції, розширене відтворення, поліпшення породного складу і якості лісів, підвищення їх продуктивності, збереження біологічного різноманіття;

2) виробничий, метою якого є отримання ефективних результатів господарської діяльності від використання лісових ресурсів.

Виробнича діяльність підприємств лісового господарства включає заготівлю, вивезення до пунктів споживання, переробку та реалізацію деревини кінцевому споживачу.

Заготівля лісопродукції здійснюється від рубок головного користування та від рубок, пов'язаних з веденням лісового господарства. До головного користування відноситься отримання деревини у процесі рубки стиглих деревостанів, а також заготівля деревини, пошкодженої стихійними лихами, лісовими пожежами та шкідниками. При здійсненні даного виду заготівлі обов'язковими є лісовідновлювальні заходи.

Заготівля деревини від рубок догляду за лісом включає: освітлення, прочищення, прорідження. Також до даної групи відносять санітарні та прохідні рубки, що створюють сприятливі умови для росту основних порід, збільшують корисні функції лісу, покращують санітарний стан лісів.

Вивезення лісопродукції здійснюється з місць її заготівлі до пунктів переробки або на нижні склади для сортування та подальшої реалізації споживачам як на внутрішньому ринку, так і на експорт.

Переробка сортиментів, що вивозяться з лісосік, проходить на лісопильних цехах лісогосподарських підприємств.

Динаміку вищенаведених критеріїв представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

Динаміка індексів обсягу заготівель, переробки та реалізації деревини,  
% до попереднього періоду

Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
1	2	3	4	5	6
Заготівля деревини	100	107	100	105	104
Переробка деревини	100	103	98	106	97
Реалізація деревини	100	106	100	108	102
ВВП	100	106	100	100**	93,2**

\* Розраховано автором

\*\*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя. З 2014 року – без частини зони проведення антитерористичної операції

Виходячи з розрахунків, кон'юнктура ринку лісового господарства у 2016 і 2018 роках характеризувалась стабільною тенденцією.

Отже, можна зробити висновок, що лісове господарство як вид економічної діяльності, частка якого структурі економіки України є незначною, не займає домінуючої ролі в економіці країни; основними видами виробничої діяльності є заготівля, переробка та реалізація деревини, що характеризуються рівномірним розвитком.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України : офіційний сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.10.2019).
2. Коваль Я. В., Блажкевич Т. П., Волочков В. В. Планування виробництва в лісовому господарстві : навч. посіб. Житомир : Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2011. 504 с.
3. Волощук Р. В. Проблеми і перспективи розвитку лісогосподарського комплексу. URL : [http://rusnauka.com/17\\_AND\\_2010/Economics/68774.doc.htm](http://rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68774.doc.htm). (дата звернення: 22.10.2019).
4. Інформація щодо лісистості України. URL : [http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/publish/article?art\\_id=195404&cat\\_id=32888](http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/publish/article?art_id=195404&cat_id=32888) (дата звернення: 22.10.2019).
5. Основні досягнення лісового господарства України. URL : [http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/publish/article?art\\_id=121197&cat\\_id=81209](http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/publish/article?art_id=121197&cat_id=81209) (дата звернення: 22.10.2019).

**Ліпич Л. Г.**, д.е.н., професор

**Репета Р. М.**, студент

Східноєвропейський національний

університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **ФАКТОРИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Перехід підприємства від одного відносного сталого стану до іншого, від спеціалізації – до диверсифікації є наслідком акумулятивного накопичення умов, які склалися під впливом множини факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Під поняттям «фактори диверсифікації» слід розуміти різні умови, причини, перетворення, що викликають необхідність урізноманітнення діяльності, збільшення кількості видів і найменувань продукції та послуг. Тобто, це сукупність тих чинників, що сприяють різнобічному розвитку підприємства завдяки інноваційним змінам у виробництві, управлінні, номенклатурі промислової продукції та послуг [1].

Дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених лише поверхнево торкаються факторів диверсифікації діяльності підприємств.

Так, І. Ансофф стверджує, що основними мотивами диверсифікації є [2]:

–невідповідність поставлених цілей підприємства масштабам існуючого портфеля продуктів, що виробляються;

–перевищення нерозподіленого прибутку над валовими витратами в межах існуючого портфеля продуктів.

Р. Кунц [3] виділяє три групи мотивів, які спонукають підприємства до диверсифікації:

- мотиви, пов'язані з безпосередніми намаганнями менеджерів підприємства здійснити диверсифікацію у власних інтересах з метою розширення сфери свого впливу на діяльність суб'єкта господарювання і таким чином збільшити свої прибутки;

- мотиви, викликані стрімким розвитком економіки країни та появою сприятливих умов для розширення підприємницької діяльності;

- мотиви, від яких залежить підвищення прибутку і зниження господарських ризиків.

Ж. Ліувіль [4] виділяє:

– наступальні мотиви – пов'язані з розширенням підприємства, досягненням синергетичного ефекту, пошуком сфер діяльності з високою рентабельністю, використанням взаємодоповнюючих ресурсів, що застосовуються у виробництві декількох видів продукції;

– оборонні мотиви – пов'язані із заміною виду діяльності, що переживає спад, зниженням попиту на продукцію тощо.

Мотиви за М. Корінько поділяються на такі групи [5]:

•макроекономічні мотиви, до яких відносяться загальний стан і тенденції розвитку світової і національної економіки, зміни у споживчому попиті на товари і послуги;

•законодавчі мотиви, що обумовлюються дією антимонопольного, податкового та митного законодавства;

•внутрішньогалузеві мотиви, до яких відносяться темпи зростання галузі та рівень внутрішньогалузевої конкуренції;

•внутрішньofірмові мотиви, які поділяються на техніко-технологічні, економічні, фінансові, соціальні, стратегічні.

Л. Мармуль, М. Радаєва, [6], Л. Єфименко [7], вважають за доцільне розділити фактори диверсифікації на фактори-мотиви та фактори-умови.

Однак, на наш погляд, розглянуті вище підходи до класифікації факторів диверсифікації не відображають різноманітність причин переорієнтації підприємств у напрямі диверсифікованого розвитку та потребують розширення і систематизації.

Вважаємо за доцільне, насамперед, виділяти фактори-умови (визначаються станом елементів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства) та фактори-мотиви (характеризують внутрішні спонукання підприємств до здійснення диверсифікації). Оскільки, зміни зовнішнього середовища призводять до змін на рівні підприємств, і навпаки: зміни на рівні господарюючих суб'єктів мають позитивні або негативні наслідки на регіональному, національному, а іноді і світовому рівні, вважаємо за необхідне виділяти фактори диверсифікації зовнішнього і внутрішнього середовища, які між собою існують в тісному зв'язку. При цьому фактори внутрішнього порядку визначаються метою, завданням, технологією, ресурсами і фінансовими результатами підприємства; факторами зовнішнього порядку є елементи зовнішнього середовища: конкуренти, постачальники, споживачі, економічний і культурний рівень країни та світу [6].

З огляду на те, що фактор – це векторна величина, позитивне значення якого сприяє розвитку і удосконаленню систем, а негативне – приводить до деструктивних процесів [7], вважаємо за необхідне виділяти фактори позитивного та негативного впливу.

Розглядаючи диверсифікацію у контексті забезпечення сталого розвитку, пропонуємо виділяти економічні, екологічні та соціальні фактори-мотиви, а також економічні, екологічні, соціальні, політичні, правові, природні, інформаційні та фактори-умови.

Для своєчасного виявлення і усунення впливу негативних тенденцій на розвиток диверсифікації необхідно здійснювати їх постійний контроль та моніторинг.

#### *Список використаних джерел:*

1. Вітковський О. С. Диверсифікація виробництва як спосіб підвищення ефективності діяльності підприємства. URL : [http://nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/tpe/2009\\_19/Zb19\\_49.pdf](http://nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/tpe/2009_19/Zb19_49.pdf) (дата звернення 23.10.2019).
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия ; пер. с англ. СПб. : Питер, 1999. 414 с.
3. Кунц Р. Стратегия диверсификации и успех предприятия. Проблемы теории и практики управления. 1994. № 1. С. 96-100.
4. Лиувиль Ж. Стратегия предприятия и рентабельность. Проблемы теории и практики управления. 1993. № 3. С. 58-61.
5. Корінько М. Д. Диверсифікація: теоретичні та методологічні основи. К. : ННЦ «Ін-т аграр. економіки», 2007. 486 с.
6. Мармуль Л. О., Радаєва М. М. Механізм формування диверсифікаційної політики підприємства в умовах трансформаційної економіки. К. : ННЦ «Ін-т аграрної економіки», 2006. 198 с.
7. Єфименко Л. М. Державна політика як фактор диверсифікації на промислових підприємствах. Національне господарство України: теорія та практика управління. 2008. С. 75-81.
8. Шведчиков О. А. Фактори зовнішнього середовища, що впливають на сталий розвиток промислового підприємства. [URL] : [http://nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Cher/2011\\_3/Svedchikov.pdf](http://nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Cher/2011_3/Svedchikov.pdf) (дата звернення 23.10.2019).

**Літвінов В.І.** ст. викладач  
Відокремлений підрозділ Національного  
університету біоресурсів і природокористування  
України «Бережанський агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

### **ТРУДОВА МОТИВАЦІЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.**

Останнім часом на багатьох підприємствах приділяють велике значення системі мотивації персоналу. Ця проблема постає перед усіма керівниками сільськогосподарських підприємств. Адже добре продумана і організована система мотивації є ефективним інструментом як для залучення нового персоналу, так і стабілізації робочих місць. Майже всі керівники підприємств звертають увагу на другий варіант – утримання вже працюючого персоналу, тому що це є найбільш ефективним і найменш витратним.

В теорії і практиці менеджменту загальноприйнятою вважається концепція, що в основі управління трудовими ресурсами закладена мотивація. Особливе значення має мотивація до ефективної праці, яка є вирішальним фактором її результативності, продуктивності, що напряду призведе до зростання ефективності виробництва на підприємстві.

Розробка системи мотивації на сільськогосподарському підприємстві повинна враховувати внутрішні та зовнішні мотиви працівників при чіткому визначенні взаємозв'язку між виконанням роботи, одержаним результатом та внутрішнім задоволенням цим результатом.

Мотивація трудової діяльності має економічну і соціальну сутність одночасно. Немотивований працівник не реалізує свою продуктивну силу повною мірою, у зв'язку з чим не додає продукції або послуг і продуктивність праці залишається низькою.

Увагу вчених, як правило, привертає дослідження структури та динаміки розвитку мотивації праці, а також аналіз мотивації як процесу формування цінностей та інтересів особистості, внутрішніх стимулюючих до праці сил.

Виробнича діяльність сільськогосподарського підприємства визначається через виробництво валової продукції, яка являє собою первісний результат взаємодії факторів виробництва, матеріальна і вартісна основа інших кінцевих результатів, що в натуральній формі представлений всіма виробленими протягом року первинними продуктами рослинництва, тваринництва і рибництва, а у вартісній — оцінений за порівнянними цінами відповідного року [1]. Сутність валової продукції також полягає в результатах праці, що безпосередньо визначається в мотивації кожного працівника до ефективної праці.

Від трудової мотивації залежить рівень продуктивності праці на підприємстві, і в підсумку, конкурентоспроможність виробленої продукції.

В сільськогосподарському підприємстві задоволення потреб працівників залежать від умов праці, від рівня безпеки, механізації та автоматизації виробництва, від рівня охорони праці, від суми коштів направлених на оплату праці і розвиток соціальної сфери. Напрями мотиваційного впливу на працівників підприємства визначаються прийнятою виробничою програмою, рівнем організації праці та управління. Кожен працівник намагається задовольнити свої потреби, з іншого боку керівництво підприємства пропонує йому певну винагороду. Чим ближче сходяться в своїх значеннях мотиваційні фактори для працівника і запропонована підприємством винагорода, тим вищий рівень задоволеності потреб працівника. І навпаки, якщо значення мотиваційних факторів і винагороди розходяться, то така система мотивації є неприйнятною.

Ефективна система трудової мотивації, індивідуальний підхід до кожного працівника неодмінно призведе до підвищення ефективності виробництва, а значить і до конкурентоспроможного функціонування сільськогосподарських підприємств. Однак на сучасному етапі створення системи мотивації працівників потрібно розуміти, що досконало розроблений мотиваційний механізм це лише половина успіху. Він повинен бути успішно реалізований, що можливо лише за умови розуміння стратегії розвитку підприємства усіма його працівниками [2].

В системі трудової мотивації вирішальну роль відіграє винагорода. При цьому під винагородою розуміємо все, що працівник вважає для себе цінним. Винагорода може бути ефективною при умові, що керівництву підприємства відомі потреби працівників та пріоритети в їх задоволенні. Основним завданням управлінського персоналу підприємства повинен стати безперервний та послідовний процес виявлення спонукальних мотивів працівників та здійснення стимулюючого впливу з метою підвищення продуктивності праці, ефективності та конкурентоспроможності виробництва в цілому.

Вкрай важливо керівництву сільськогосподарських підприємств заохочувати працівників, що вносять рацпропозиції, забезпечувати оперативний розгляд таких пропозицій, стимулювати неординарні дії підлеглих, сприяти виявленню творчих здібностей, публічно нагороджувати авторів рацпропозицій, підтримувати ефективне управління ідеями на підприємстві.

Запропоновані методи мотивації дозволять знизити собівартість продукції, оптимізувати процес прийняття рішень, розширити ініціативу персоналу, покращити взаємовідносини в колективі та підвищити ефективність функціонування підприємства.

#### *Список використаних джерел:*

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник К. : КНЕУ, 2013. 779, [1] с. ISBN 978-966-483-685-9 А 65
2. Кошелупов І. Ф., Кравченко В. О. Соціально – економічна модель механізму мотивації праці управлінців підприємств. Одеса: ОДЕУ, 2008. С. 124–131. с. 128

**Лубкей Н.П.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансового менеджменту та страхування Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль, Україна

## **ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Формування сприятливого інвестиційного клімату, стимулювання залучення інвестицій, їх захист та ефективне використання є пріоритетними завданнями держави. Для їх досягнення необхідно, щоб інвестиційна привабливість вітчизняних підприємств зростала.

Варто зазначити, що інвестиційна привабливість підприємства визначається сукупністю ряду факторів, перелік та значимість яких варіюється у залежності від: виробничої галузі та особливостей функціонування підприємства; цілей інвестора; очікуваних темпів зростання виробництва; зовнішніх факторів (змін у законодавстві, рівня конкуренції, екологічної ситуації) [1, с.22].

Дослідження інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств свідчать про наявність стійкого зв'язку між обсягами прибутку підприємства та рівнем їхньої інвестиційної привабливості. Зниження норми прибутковості, рентабельності продукції, чистої рентабельності власного капіталу, зменшення



продажів та виручки від реалізації продукції призводять до зниження загального рівня прибутку та значно скорочують можливості залучення інвестицій.

Процес формування інвестиційної привабливості підприємства передбачає: структурну перебудову виробництва; забезпечення конкурентоспроможності продукції; відновлення основних виробничих засобів; вирішення соціальних проблем; підвищення технічного рівня праці та виробництва тощо [2, с. 333].

Формування інвестиційної привабливості підприємства відбувається на декількох щаблях – на рівні держави; на рівні регіону, галузі та на рівні конкретного підприємства. Котрий із вказаних рівнів є найбільш важливим щодо інтенсивності впливу на інвестиційну привабливість суб'єкта господарювання, а який не таким значним – визначити важко. Згідно із ієрархічним підходом найбільш визначними є фактори, які формують державну компоненту інвестиційної привабливості підприємства, наступними за значимістю є ті, що обумовлюють інвестиційну привабливість галузі та регіону, а найменш значимі – ті, що визначають безпосередньо інвестиційну привабливість самого підприємства [1, с.23].

Отже, із зазначеного можна зробити висновок, найбільше значення для формування інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств має ефективна політика держави щодо формування сприятливого інвестиційного клімату.

#### **Список використаних джерел:**

1. Науменко О. В. Напрями підвищення інвестиційної привабливості підприємства з метою його розвитку. *Управління розвитком*. 2016. № 21 (161). С. 21–23.
2. Коваленко Н. В. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства з позицій соціально орієнтованого маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. С. 330–336.

**Мазур Ю.В., студентка**

**Науковий керівник: Максимова Ю.О.,**  
викладач Одеський національний університет  
імені І.І. Мечникова, м. Одеса, Україна

## **ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ**

В процесі сучасного розвитку економіки та збільшення конкуренції на ринку стає необхідним впровадження в різні галузі господарської діяльності нових технологій, покликаних вирішити наступні проблеми: зниження витрат, економія ресурсів, швидке покращення якості продукції, своєчасне і якісне надання інформації та послуг, ефективне управління процесами або організаціями, уникнути конфліктних зовнішніх ситуацій, що виникають внаслідок людського фактору і ведуть до втрати клієнта.

Одним з найбільш ефективних способів вирішення перерахованих проблем є впровадження в різні сфери господарської діяльності технології штучного інтелекту. [1]

В даний час не склалося чіткого розуміння поняття «штучний інтелект». З одного боку, під штучним інтелектом мається на увазі область інформатики, що займається моделюванням процесів людського мислення і прийняття рішень з використанням обчислювальної техніки. З іншого боку, це програми, інформаційні системи, що імітують людське мислення і забезпечують максимальну ефективність при прийнятті рішень. [2] Аналіз численних підходів до трактування природи штучного інтелекту дозволив зробити висновок, що найбільш плідним є розгляд інтелекту, перш за все, як інтелектуальної технічної системи. Дана система створена за образом нервової системи людини. Основними характеристиками такої системи є: імітація здібностей людини в області збору, аналізу, синтезу інформації і прийняття ефективного рішення в залежності від ситуації, самонавчання в процесі машинного навчання. У структурі системи можна виділити кілька ключових елементів. Самим основним елементом є база знань, яка містить інформацію, пов'язану зі сферою діяльності конкретного штучного інтелекту. Наступним елементом системи є модуль, який містить алгоритми обробки і використання інформації з бази даних, а також алгоритм машинного навчання. Іншими важливими елементами є модулі, в яких, на основі складних алгоритмів, відбувається процес прийняття рішення поставленого завдання, а також модулі передачі інформації користувачу і визначення його реакції на отриманий результат. [3] На основі даних тверджень можна зробити висновок, що інтелектуальні системи необхідні, перш за все, для вирішення завдань, пов'язаних з великим об'ємом інформації, великою швидкістю її обробки і коротким часовим періодом для отримання результатів.

Можна відзначити наступні наслідки впливу штучного інтелекту на сучасний ринок праці:

1. Впровадження штучного інтелекту в різні сфери економічної діяльності призведе до зниження ролі людини і його значного витіснення як трудового ресурсу. В першу чергу це торкнеться таких сфер, в основі яких знаходиться повторюваний алгоритм дій. Як приклад можна навести такі сфери:

- Туризм. Штучний інтелект може замінити роботу цілої туристичної компанії, виконуючи функції пошуку кращого для клієнта туру, оформлення всіх необхідних документів, забезпечення квитками, розміщення в готелях, надання екскурсій і розваг, оперативного інформування клієнтів про акції та знижки і т.д.

- Фінансовий сектор. Штучний інтелект буде виконувати різні банківські операції, здійснювати операції на ринку цінних паперів, операції по страхуванню.

- Маркетинг, де штучний інтелект буде займатися дослідженням переваг споживача.[4]

2. Використання штучного інтелекту в економіці призведе до розвитку фрілансерства. Однак і саме це поняття буде видозмінено. Індивід буде шукати віддалену роботу не за принципом: «що подобається», а за принципом: «яка є».

3. Чи будуть затребувані фахівці в областях, в першу чергу пов'язані зі штучним інтелектом: біологія (в сфері дослідження будови і функції людського мозку), інформатика, лінгвістика, математика, психологія, робототехніка.

4. Великим попитом будуть користуватися на ринку фахівці творчої праці. І чим вище професійний рівень артиста, актора, ведучого програми, художника, тим важче буде замінити його штучним інтелектом, так як йому недоступні уява, інтуїція, емоції тощо. [5]

Таким чином, можна зробити висновок, що штучний інтелект, стаючи невід'ємним елементом економіки, забезпечує максимальний ефект при вирішенні різних завдань з мінімальними затратами. Процес впровадження штучного інтелекту призведе до змін на ринку праці, підвищить актуальність професій, де неможливо змоделювати емоції, почуття і враження.

*Список використаних джерел:*

1. Бостром Н. Штучний інтелект. Етапи, загрози, стратегії. М.: Манн, Іванов і Фербер, 2014.
2. Люгер, Дж. Ф. Штучний інтелект: стратегії і методи вирішення складних проблем. М.: Видавничий дім «Вільямс», 2003.
3. Пауелл Д. Сучасні проблеми впливу розвитку науково-технічного прогресу на зайнятість населення // МІР (Модернізація. Інновації. Розвиток). 2015. № 2(22). С. 173–178. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-vliyaniya-razvitiya-nauchno-tehnicheskogo-progressa-na-zanyatost-naseleniya>
4. Урунов А.А., Родина І.Б. Вплив штучного інтелекту і інтернет-технологій на національний ринок праці // Фундаментальні дослідження, 2018, № 1. С. 138-142. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42064>.
5. Стюарт Рассел, Пітер Норвіг. Штучний інтелект: сучасний підхід. М.: Видавничий дім «Вільямс», 2006.

**Максимчук О. В.**, студентка

**Шостак Л. В.**, к.е.н., доцент

Східноєвропейський національний університет  
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

На сьогоднішній день економіка України перебуває у складному становищі, зберігаючи тенденцію до погіршення. Основою для розвитку економіки України забезпечуючи можливість її інтеграції в європейський соціально-економічний простір, підвищуючи конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, тим самим знижуючи рівень залежності від імпорту та розвиваючи експортний потенціал.

Проблеми економічної нестабільності України досліджували такі вітчизняні науковці, а саме: В. Виговської, З. Варналія, Г. П'ятницької, М. Харченко, Л. Лебедевої, Ю. Долгорукова та ін. Проте на деякі питання щодо проблем розвитку підприємств в умовах економічної нестабільності в Україні ще не знайдені відповіді.

В умовах нестабільності та невизначеності на вітчизняних підприємства виникають кризові явища, а саме: конкуренція, корупція, спад виробництва, захоплення влади, рейдерство. Загроза погіршення рівня економічної безпеки підприємств зумовлена погіршенням їхньої структури виробництва,

підвищенням фізичного зносу наявного обладнання, технологічною відсталістю, повною відсутністю інновацій. Відповідно до цього, назріла потреба термінового розроблення ефективних методів дослідження економічної безпеки.

Побудова в Україні соціально-орієнтованої економіки зумовлює зростання ролі соціальних чинників у діяльності вітчизняних підприємств. Прибутковість бізнесу перестає бути єдиним критерієм ефективності роботи менеджерів. Рівень їх професіоналізму значною мірою визначається такими характеристиками, як уміння формувати команду підлеглих, забезпечувати не тільки організацію праці, а й позитивний емоційний клімат у колективі. Саме ці фактори дають змогу гарантувати стабільне відтворення людського капіталу підприємства в системі соціально-економічних відносин із партнерами по бізнесу, споживачами і громадськістю [1].

Для досягнення цілей і успішного функціонування сучасного підприємства важлива не тільки раціональна складова управління; у разі жорсткої конкуренції саме персонал, його кваліфікація, компетентність і лояльність стають головним стратегічним ресурсом підприємства. В умовах нестабільності стратегії соціального розвитку може розглядатися як загальний напрям дій щодо розвитку компетенцій, лояльності й ефективності роботи персоналу, необхідний підприємству для досягнення стратегічних цілей діяльності у поєднанні із задоволенням потреб і очікувань інших, зацікавлених у діяльності підприємства груп: власників, споживачів, бізнес-партнерів, громадськості [2].

Розробка стратегії розвитку підприємства торгівлі та послідовна її реалізація забезпечують підприємству більшу стійкість до впливу зовнішнього середовища, збільшуючи як соціальний, так і загальний потенціал підприємства, а також можливості щодо їх реалізації. Із цією метою кожна субстратегія соціального розвитку підприємства має впроваджуватися за рахунок послідовної реалізації стратегічних, тактичних і оперативних управлінських заходів. Оперативні заходи щодо підвищення рівня соціального розвитку підприємства, як правило, не вимагають тривалого часового інтервалу для одержання позитивного ефекту й залучення значних соціальних інвестицій (наприклад, нормалізація соціально-психологічного клімату в колективі, моральне стимулювання персоналу підприємства тощо). Тактичні заходи щодо управління соціальним розвитком підприємства вимагають значно більше часу на реалізацію й, відповідно, більших фінансових витрат. Стратегічні ж заходи вимагають тривалого часового інтервалу для реалізації й залучення додаткових соціальних інвестицій (як внутрішніх, так і зовнішніх). Наприклад, у рамках розвитку соціального середовища підприємства стратегічними завданнями можуть бути: формування кадрового резерву, як головна передумова успішної реалізації стратегії соціального розвитку підприємства; оптимізація розвитку об'єктів соціальної інфраструктури підприємства тощо. Безумовно, максимальний ефект буде отриманий тільки в тому випадку, якщо програма соціального розвитку підприємства буде реалізовуватися комплексно [2].

Отже, в умовах нестабільності розвиток вітчизняних підприємств залежить від впливу зовнішнього середовища, збільшуючи як соціальний, так і загальний потенціал підприємства, а також можливості щодо їх реалізації. Також в умовах нестабільності виникають кризові явища, такі як: конкуренція, корупція, спад виробництва, захоплення влади, рейдерство.

**Список використаних джерел:**

1. Економіка та підприємництво. [Електронний ресурс].— Режим доступу:[http://www.biglib.com/book/80\\_Ekonomika\\_ta\\_pidpriemnictvo/7712\\_PRIVATNE\\_PIDPRIEMNIC\\_TVO\\_\\_I\\_IOGO\\_ROZVITOK\\_V\\_EKONOMICI\\_UKRAINI](http://www.biglib.com/book/80_Ekonomika_ta_pidpriemnictvo/7712_PRIVATNE_PIDPRIEMNIC_TVO__I_IOGO_ROZVITOK_V_EKONOMICI_UKRAINI)
2. Вісник КНТЕУ. — 2012. — № 5. [Електронний ресурс].— Режим доступу: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2012/05/4.pdf>
3. Дикань В.Л. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз [та ін.]. – Київ : ЦУЛ, 2013. – 272 с.

**Малахова Ю.А.**, асистент  
Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

## **ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ВАНТАЖНОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ**

Одним із головних завдань керівників підприємств являється забезпечення сталого підвищення ефективності господарської діяльності. На сьогодні одним із зовнішніх чинників, які чинять значний вплив на діяльність підприємств являється діюча в державі система оподаткування, що може призвести як до активізації, так і до гальмування чи навіть припинення діяльності підприємства [2]. Створена в Україні податкова система і досі виконує гіпертрофовану фіскальну функцію та слабо стимулює розвиток підприємницької ініціативи [1].

Основним критерієм впливу на підприємство діючої системи оподаткування виступає податкове навантаження. Рівень податкового навантаження в країні показує ефект впливу податків на суб'єкти господарювання виходячи з їх податкової платоспроможності [5]. За даними рейтингу “Paying Taxes 2018” податкове навантаження в Україні складається з п'яти податкових платежів (податку на додану вартість, податку на прибуток, податку з доходів фізичних осіб, податку на майно, мита). Проте в порівнянні з розвиненими країнами кількість податків, що насправді включаються до податкового тягаря у нашій державі є в рази більшою [7]. Надмірний і нерівномірний податковий тягар, відсутність ефективної системи оподаткування діяльності підприємств призводить до зниження їх економічної активності, перешкоджає їх розвитку, обмежує джерела фінансування, є причиною приховування прибутків та досить повільної детінізації [3, 4].

Підприємства зацікавлені у зниженні негативного впливу оподаткування на економічні результати їхньої діяльності. Якщо сума податків перевищує деякий допустимий рівень, який залежить від економічної ефективності підприємства, форми власності і податкових ставок, то настає зупинка розвитку [6].

Саме тому, для кожного суб'єкта господарювання важливо на сьогодні розробити таку систему заходів по організації податкового менеджменту на

підприємстві, яка не лише допоможе підприємствам виживати в сучасних умовах, але й стимулюватиме їх до розширення та підвищення ефективності діяльності.

Галузеві особливості впливу на підприємство діючої системи оподаткування враховує інтегральний показник податкового навантаження, який визначається як співвідношення загальної суми податків і зборів, що нараховується підприємством, до бази порівняння. Попередніми дослідженнями встановлено, що при його розрахунку в умовах вантажних автотранспортних підприємств доцільно враховувати такі загальнодержавні податки і збори:

- 1) податок на прибуток підприємств;
- 2) податок на додану вартість (у періодах, коли податковий кредит перевищує податкові зобов'язання);
- 3) єдиний соціальний внесок.

Що стосується місцевих податків і зборів, то, якщо АТП є платниками цих податків, то їх слід включати у податкове навантаження.

В якості бази порівняння доцільно використовувати валовий фінансовий результат, а коли він має від'ємне значення, то чистий дохід.

Результати розрахунку інтегрального коефіцієнта податкового навантаження по середніх вантажних автотранспортних підприємствах наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Середнє значення інтегрального коефіцієнта податкового навантаження вантажних автотранспортних підприємств<sup>3</sup>.

База порівняння	2016	2017	2018
Валовий фінансовий результат	0,427	0,407	0,360
Чистий дохід	0,064	0,064	0,064

Як свідчать дані таблиці 1, податковий тиск на прибуткові вантажні автотранспортні підприємства протягом 2016-2018 року мав тенденцію до зменшення. Підприємства нараховували до бюджету від 42,70% валового фінансового результату у 2016 році та 36,0%. - у 2017 році. Збиткові підприємства нараховували 6,4% чистого доходу від реалізації послуг протягом досліджуваного періоду.

Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що податкове навантаження, зокрема і в галузі атомобільних вантажних перевезень залишається високим та податкові стимули для розвитку вантажних автотранспортних підприємств практично відсутні.

**Список використаних джерел:**

1. Біла І. С. Вплив податкової політики на розвиток підприємницького сектору в Україні. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 18 : Економіка і право. 2011. Вип. 14. С. 18-24.

<sup>3</sup> Розрахунки здійснено за сукупністю підприємств, до якої включено середні вантажні АТП міста Києва та Київської області, середньорічна чисельність працівників яких протягом 2013-2017 років становила від 50 до 250 осіб.

2. Кашуба Я. М. Система оподаткування як чинник активізації підприємницької діяльності в Японії та Україні. Вісник Запорізького національного університету. 2010. №3(7). С 133-138.

3. Метошоп І. М. Аналіз впливу податкового навантаження на діяльність нафтогазових підприємств. Ефективна економіка. 2019. № 1. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6836> (дата звернення: 19.10.2019).

4. Ткачук Н. Вплив податкового навантаження на діяльність суб'єктів господарювання в умовах реформування фінансової системи України. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі України. 2015.

5. Савченко А. М., Блищик Л. В. Аналіз рівня податкового навантаження в контексті імплементації європейських стандартів у національну економіку України. Економіка та держава. 2018. № 5. С.93-96

6. Саєнко О.Р. Вплив податків на фінансові результати діяльності машинобудівних підприємств (на прикладі Запорізького регіону). Актуальні проблеми економіки. 2012. №3(129). С.203-207.

7. Paying Taxes 2018 - PwC [Електронний ресурс] // The Heritage Foundation. Center for Data Analysis Report #04-12. – URL: <https://www.pwc.com> › pdf › *pwc\_paying\_taxes\_2018\_full\_report* (дата звернення: 18.10.2019).

**Матвійчук А. А.**, студент  
**Науковий керівник: Забедюк М.С.,**

к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет,  
м. Луцьк, Україна

## **РОЛЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

В сучасних умовах діяльність суб'єктів господарювання спрямована на отримання максимально можливої економічної вигоди, що знаходить свій прояв у фінансових результатах. В свою чергу, фінансові результати відображають усі сторони діяльності підприємства, а саме ефективність системи управління, рівень технологій та організації виробництва, ефективність використання ресурсів тощо.

У ринкових умовах ведення господарської діяльності, підприємства мають забезпечити собі стійкий економічний розвиток із врахуванням особливостей ринкової кон'юнктури та результативно вести господарський процес, підвищувати рівень самофінансування та інноваційного удосконалення своєї діяльності [1].

Слід відмітити, що в системі управління фінансами підприємств одну з ключових позицій займає забезпечення позитивного фінансового результату (прибутку). А відтак, в умовах поглиблення кризових процесів вітчизняної економіки проблеми пошуку шляхів забезпечення покращення фінансових результатів діяльності підприємств набуває все більшого значення.

Слід зазначити, що на сучасному етапі значна кількість підприємств в Україні працюють не рентабельно, або їх рентабельність надто низька. Проблемами на шляху підвищення фінансових результатів вітчизняних підприємств є: політична та економічна нестабільність; недосконалість нормативно-правового забезпечення діяльності суб'єктів господарювання;

неефективна податкова політика; низький рівень інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання; відсутність інноваційної діяльності тощо.

При цьому, слід зазначити, що в результаті неефективної діяльності суб'єктів господарювання та отримання негативних фінансових результатів виникають проблеми з виплатою зарплати, перерахуванням єдиного соціального внеску та інших податків і зборів до державного та місцевих бюджетів, розрахунками за енергоносії, із комунальними службами і партнерами тощо.

Отже, враховуючи зазначені вище проблеми, необхідним є пошук шляхів підвищення фінансових результатів суб'єктів господарювання та зменшення кількості збиткових підприємств.

**Список використаних джерел:**

1. Зудова І.Ю. Сутність та значення фінансових показників в системі функціонування підприємства / І.Ю. Зудова, О.Г. Стась // Молодий вчений . – 2017. – № 10 (50). – С. 893 – 897.

**Махмудова С. О.**, студентка  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.**,  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
ім. В.Н.Каразіна, м. Харків, Україна

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК  
ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО  
СУСПІЛЬСТВА**

В інформаційному суспільстві рентабельність і прибуток виступають в якості основних показників успішної діяльності підприємства. Зазвичай вони мають на увазі вихід організації на нові ринки збуту, перетік капіталів в інші галузі, створюючи при цьому можливість нарощування капіталу на своєму підприємстві. Не завжди по прибутку можна судити про прибутковість організації, тому що на її розмір впливає як якість робіт, так і масштаби діяльності. Щоб охарактеризувати ефективність діяльності фірми крім абсолютної суми прибутку використовують і такий важливий відносний показник який має назву - рівень рентабельності [1, с. 221].

В умовах неоіндустріального суспільства та глобалізації світової економіки, посиленні турбулентності і динамічності економічного середовища, зростанні конкуренції, відбувається зміна правил господарювання, які використовувалися протягом багатьох років. Сучасний бізнес і виробництво вимагають прискорення процесів прийняття рішень і підвищення гнучкості, що в свою чергу базується на точній оцінці ефективності діяльності бізнесу, а саме на всі компоненти його рентабельності, в складі якої пильна увага приділяється рентабельності продукції, що випускається [2].

Нові концепції, методи та інструменти дослідження ефективності виробництва тих чи інших виробів з'являються регулярно. Таким чином, в аспекті аналізу та оцінки рентабельності продукції можуть конкурувати різноманітні методики, починаючи від найпростіших, факторних методик і, закінчуючи процесно-орієнтованим аналізом рентабельності. Однак не всі з наявних методів



можна застосувати в практиці промислового підприємства і, звичайно, далеко не кожна методика може давати коректні результати при її використанні в сучасних реаліях технотронної ери в функціонуванні українських підприємств.

Комплексний аналіз рентабельності підприємства сучасного інформаційного суспільства доцільно проводити за методикою Дюпона, його модель відображає економічне зростання організації [1, с. 224-225].

Методика Du Pont дозволяє надати комплексну оцінку основним факторам, що впливають на ефективність діяльності організації, що оцінюється через рентабельність власного капіталу, а саме таким факторам, як мультиплікатор власного капіталу, ділова активність і маржа прибутку. Стратегія підвищення рентабельності за рахунок трьох перерахованих факторів тісно пов'язана зі специфікою діяльності організації. Саме тому, у процесі аналізу ефективності управління організацією необхідно оцінювати адекватність застосовуваної керівництвом стратегії зовнішнім та внутрішнім факторам функціонування організації. За рахунок маржі, підприємство з високоякісною продукцією, випускаємою для сегменту, що має високі прибутки й низьку цінову еластичність попиту за ціною, може підвищувати свою рентабельність.

При цьому питома вага постійних витрат повинна бути достатньо низькою, оскільки висока маржа зазвичай супроводжується низькими об'ємами виробництва і реалізації. Окрім того, оскільки висока маржа – це завжди стимул конкурентам увійти на ринок, стратегія підвищення рентабельності власного капіталу за рахунок маржі застосована при достатній захищеності ринку від потенційних виробників.

За допомогою багатофакторної моделі Du Pont можливо швидко та досить точно визначити основні проблемні фактори бізнесу, а також фактори, які здійснюють найбільший вплив на ефективність використання активів та власного капіталу. Після процедури комплексного аналізу, урахуваючи результати дослідження діяльності підприємства за цією методикою, керівництво може розробити пропозиції щодо запобігання впливу негативних тенденцій в майбутньому і краще використовувати виявлені резерви [3]. Розрахунки допоможуть визначити наявність невикористаних можливостей, які компанії потрібно виявити і врахувати в майбутньому, забезпечуючи таким шляхом ще додаткове збільшення прибутку за рахунок зростання рентабельності продажів, наприклад, шляхом зниження поточних витрат, а також подальшого прискорення оборотності активів за рахунок оптимізації їх структури, підвищення ефективності використання всіх ресурсів, зміцнення фінансової стійкості та платоспроможності та інше. Отже, для успішного функціонування та розвитку підприємств різних галузей економіки необхідно приділяти увагу такому якісному показнику, як рентабельність, адже ефективна діяльність підприємств безпосередньо залежить від отриманого прибутку. Саме прибуткове підприємство має фінансові ресурси для розширення діяльності, для здійснення інвестицій, для модернізації устаткування та удосконалення технології виробництва.

Аналіз рентабельності підприємства дає змогу визначити ефективність вкладення коштів у компанію, оптимальність та раціональність їх використання

[4, с. 190]. Таким чином, виявивши недоліки під час аналізу рентабельності, треба активно розробляти можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції, що в майбутньому буде сприяти зростанню прибутку та рентабельності підприємства.

*Список використаних джерел:*

1. Григораш О.В., Терьошина Ю.О. Ефективність фінансово-господарської діяльності підприємств України. Бізнес-Інформ. 2017. № 11. С. 221–226.
2. Абрамова А.С., Антонюк В.І. Методичні підходи до проведення факторного аналізу рентабельності підприємства. Молодий вчений. 2017. № 11(71). С. 1086–1091.
3. Роганова Г.О., Аналіз фінансової діяльності і прогнозування перспектив розвитку страхової компанії на основі багатофакторної моделі рентабельності. «Молодий вчений» № 2 (66) лютий, 2019 р. С. 276–280.
4. Бочкарьова Т.О., Кулинич Р.О. Показники рентабельності підприємств різних галузей України та шляхи підвищення їх рівня. Випуск 10 Економіка і суспільство, 2017р. С. 189–192

**Мацаєнко Ю.О.**, студентка,  
**Науковий керівник: Вовк О.М.**,

к.е.н., доцент.

Національний авіаційний університет,  
м. Київ, Україн

## **ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Розвиток економічних систем в умовах неоіндустріальної економіки завжди пов'язане з впровадженням у господарську діяльність підприємств високотехнологічних та наукомістких процесів.

Для України, яка має на меті інтегруватися в європейський і світовий економічний простір, стратегічно важливими галузями є промисловість і транспорт та їх авіаційний сектор. Потужний науково-технічний та інноваційний потенціал авіаційного сектору і промисловості країни на сьогодні не використовується повною мірою. А зростання соціально-економічного рівня країни не може бути без розвитку космічного і авіабудування, динамічного розвитку ринку авіаперевезень, оскільки Україна є однією з дев'яти світових країн, які здійснюють повний цикл власного виробництва літаків.

Перехід до неоіндустріальної економіки доводить необхідність постійного технологічного оновлення, зменшення експлуатаційних витрат авіатехніки за рахунок підвищення інноваційної складової промислових підприємств.

Для пріоритетної діяльності авіаційного сектору промисловості в умовах неоіндустріальної економіки необхідний розвиток авіатранспорту в таких напрямках (рис. 1):

Новітніми орієнтирами осучаснення авіації є: екологічність; зниження ресурсо- та енергоспоживання; інтеграція устаткування в «розумні» інтелектуальні системи.

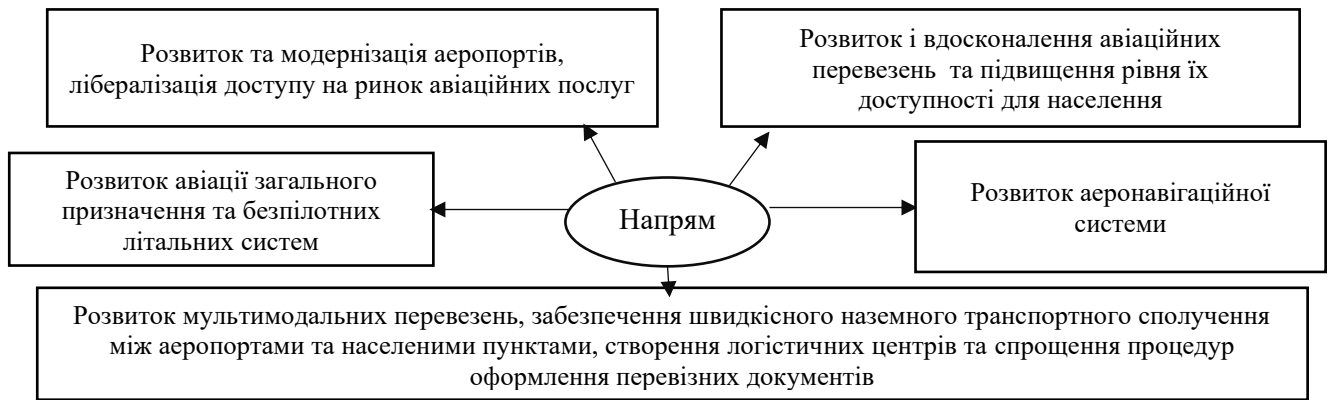


Рис. 1. Пріоритетні напрями діяльності авіатранспортних підприємств в неоіндустріальних умовах розвитку

Тому, значний науково-технічний потенціал та неоіндустріальне суспільство диктує необхідність стимулювання розвитку інноваційної діяльності та створення новітніх проектів в авіаційному секторі промислової й транспортної галузей.

**Список використаних джерел:**

1. Інновації в процесі господарської діяльності авіаційних підприємств / Н. В. Соловей, Л. Л. Турова // Молодий вчений. - 2018. - № 11(2).
2. Стратегічні перспективи розвитку ринку авіаційних перевезень України / Г. В. Малахівська // Формування ринкових відносин в Україні. - 2018. - № 3.

**Мацюк І.І.** студентка  
**Шостак Л.В.**, к.е.н., доцент  
 Східноєвропейський національний університет  
 ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

**ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

Сучасний трудовий потенціал України не відповідає потребам сучасного економічного розвитку країни. Великі втрати трудового потенціалу через ранню смертність, поганий стан здоров'я населення, військові дії на Сході країни, трудова міграція працездатного населення за кордон, високий рівень прихованого безробіття, неефективна зайнятість населення, рівень заробітної плати який не відповідає ринковим цінам тощо— це далеко не повний перелік проблем, що стосуються формування та рівня трудового потенціалу України.

Основними проблемами формування та розвитку вітчизняного трудового потенціалу варто виділити наступні:

1. Трудова міграція працездатного населення за кордон. Низький рівень оплати праці значної частини населення призводить до виїзду працівників на роботу за кордон. Згідно за даними вітчизняних дослідників жителі Сходу, Півночі та Центру України перебувають на заробітках в Росії, жителі Заходу України - Польща, Чехія, Німеччина, жителі Південних областей – Турція, Іспанія.

2. Низький рівень заробітної плати. Навіть підняття рівня мінімальної заробітної плати не дозволяє населенню країни повноцінно відтворювати затрачену робочу силу.

3. Низька демографічна база населення. На даний час спостерігаються низькі показники народжуваності та високі показники смертності населення країни, відбувається скорочення тривалості життя та відповідно загальне старіння нації.

4. Незбалансованість попиту й пропозиції робочої сили на ринку праці. Спостерігається значний дефіцит працівників робітничих професій, водночас навчальні заклади продовжують готувати фахівців престижних, але на даний час професій, спеціалісти яких знаходять в надлишку. Відповідно така ситуація сама по собі спричиняє ріст безробіття в країні. Водночас відсутнє держзамовлення на спеціалістів, які потрібні на вітчизняному ринку праці.

5. Інші проблеми. До них відносяться: недостатнє забезпечення правових, економічних та соціальних гарантій для підвищення трудової активності, самостійної зайнятості, розвитку підприємницької ініціативи населення; недосконала система підготовки та перепідготовки кадрів відповідно до потреб економіки; слабкий моніторинг розвитку трудового потенціалу на коротку, середню і довгострокову перспективу; відсутність спеціальних програм з формування нової трудової свідомості населення, орієнтованої на високопродуктивну, кваліфіковану, відповідальну працю в умовах конкурентного ринкового середовища [3].

Варто виділити наступні можливі заходи підвищення ефективності формування та використання трудового потенціалу вітчизняними підприємствами:

- введення та постійне використання матеріального та соціального стимулювання роботи працівників, а відповідно й підвищення рівня якості та продуктивності праці;

- немає необхідності приймати нових працівників, а звільняти наявних. Ефективніше залучити існуючий персонал до навчання та підвищення кваліфікації;

- виходячи з позиції, що кожний працівник має право на отримання заробітної плати не нижчої, ніж мінімальна в державі встановити рівень оплати праці на такому рівні, який би відповідав ринковим стандартам й давав можливість на достойне життя;

- інші заходи організаційного та мотиваційного характерів.

#### ***Список використаних джерел***

1. Вітюк Є. А. Особливості використання трудового потенціалу на підприємстві / Є. А. Вітюк, Т. І. Грінка // Наукові записки. – 2012. – Вип. 12. – Ч. 2. – С. 105–109.

2. 3. Власова Н. О. Трудовий потенціал як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств / Н. О. Власова, І. Ю. Мелушова, В. Ю. Андросов // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць. – Харків : ХДУХТ, 2013. – Вип. 2 (18). – Ч.1 – С. 75–83.

3. Измайлов И. Управление трудовым потенциалом предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. — М., 2005.

Мельник І.Б., аспірант,  
Пилипчук Л.П., аспірант  
Національний університет водного  
господарства та природокористування  
м. Рівне, Україна

## УРАХУВАННЯ ФАКТОРУ ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ

Ефективність інтерактивного маркетингу залежить від рівня та якості представництва у віртуальній економіці. Тому існує необхідність визначення факторів і показників, що забезпечують ефективність маркетингової комунікаційної діяльності в Інтернеті, і збільшення прибутковості коштів, що витрачаються для просування підприємства на ринку. Основним каналом інтерактивного маркетингу є Інтернет, який розглядається як один із способів просування в комплексі маркетингових комунікацій – онлайн-реклама, електронна пошта, веб-сайти, маркетинг пошукових систем тощо [1].

Для здійснення інтерактивного маркетингу підприємство може використовувати різні технічні пристрої: комп'ютери, смартфони, планшети, ноутбуки, ігрові консолі, цифрові рекламні щити тощо. Просування відбувається з використанням ЗМІ, соціальних мереж, електронної пошти та багато інших способів, що рекламують компанію, її продукти та послуги. Основна спрямованість таких зусиль - розширення аудиторії потенційних споживачів.

Розробляючи стратегію інтерактивного маркетингу необхідно враховувати якими технічними засобами для отримання доступу до Інтернету користується потенційний споживач. В Україні найбільш популярними є комп'ютер, планшет та смартфон (рис. 1).

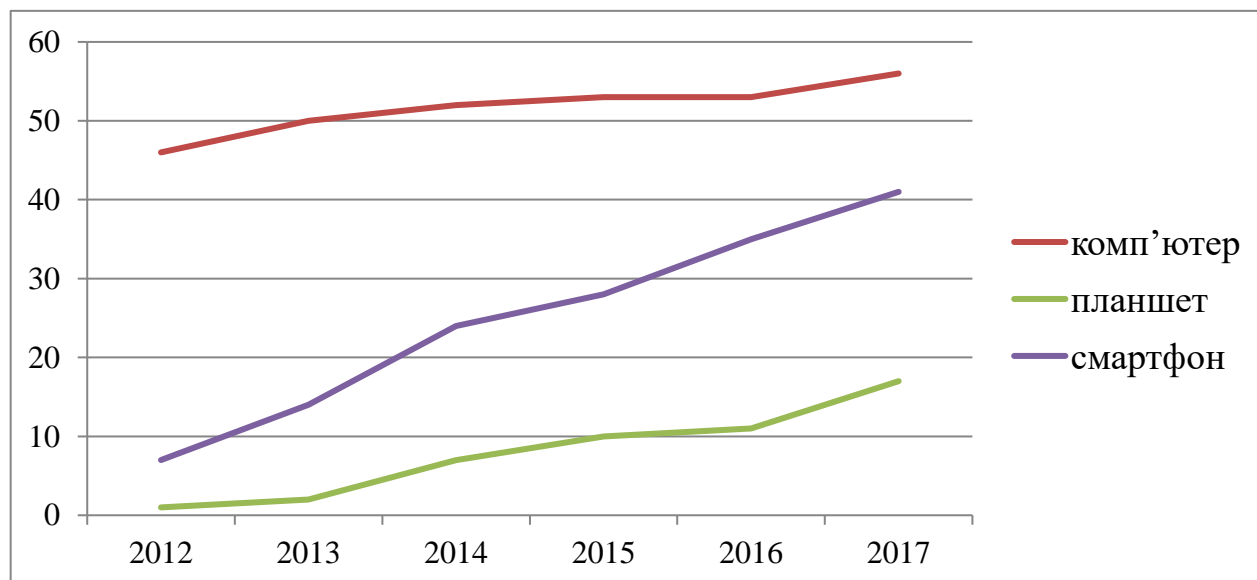


Рис. 1 Використання технічних засобів для отримання доступу до Інтернету в Україні, %

Побудовано за даними Consumer Barometer від Google [2]

В світі в цілому нині у результаті зростання кількості смартфонів, відсоток людей, які мають доступ до Інтернету через них, вищий, ніж тих що використовували комп'ютер (рис 2).

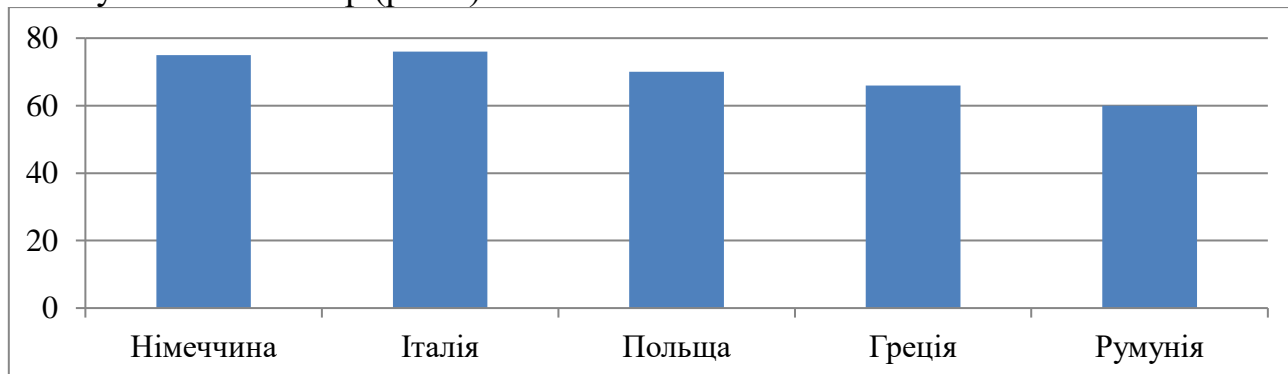


Рис. 2 Відсоток користувачів, які використовують смартфони для пошуку інформації в Інтернет-мережі, %.

Разом з тим, слід враховувати, що станом на 2017 рік в Україні лише один технічний засіб використовувало менше третини користувачі. Два засоби (в різних поєднаннях: комп'ютер та планшет, планшет та смартфон тощо) користувалось 28%, а трьома – 10%. При цьому кількість тих, що для доступу в мережу Інтернет застосовує всі можливості стрімко зростає (табл. )

Таблиця

Використання лише одного технічного засобу або їх поєднання, %  
(комп'ютер, планшет, смартфон)

Роки	Кількість засобів, що використовуються для доступу до Інтернет		
	один	два	три
2012	41	7	1
2013	39	12	1
2014	36	18	4
2015	31	22	6
2016	29	25	7
2017	29	28	10

Згідно проведених досліджень у 2017 році більше 80% споживачів користувались Інтернетом. При цьому в середньому 70% респондентів користуються Інтернетом щоденно.

Отже, вивчення ефективності інтерактивних маркетингових комунікацій повинно починатися з діагностики веб-серверів як основного джерела інформації для потенційного покупця. При цьому важливо усвідомлювати на яких технічних пристроях буде представлена інформації про підприємство, оскільки це накладає відповідні вимоги до її подання та оформлення.

**Список використаних джерел:**

1. Папроцький Е.А. Використання мережі Інтернет в організації інтерактивних маркетингових комунікацій / Е.А. Папроцький // Вектор науки ТГУ. – 2014. – № 4. – С. 177–182.

2. Consumer Barometer [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.consumerbarometer.com>

**Могіль О.А.**, студентка  
**Науковий керівник: Калюжна Н. Г.**,  
д.е.н., доц., професор кафедри світової  
економіки Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ, Україна

## **УСПІХ КОМПАНІЙ-«ЄДИНОРОГІВ» В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ**

Технологічні інновації неоіндустріального суспільства породили таке явище, як компанії-«єдинороги», що досягло піку свого розвитку в останні роки. «Єдинорогами» («Unicorns») називають компанії-стартапи, чия капіталізація за короткий період перевищила \$ 1 млрд. Даний термін підкреслює рідкість таких стартапів. Він був введений ще в 2013 році Ейлін Лі [1], і з тих пір компанії-«єдинороги» розвивалися лише по експоненті, особливо за останні 5 років. Станом на січень 2019 року кількість таких компаній становить 335, а їх загальна сукупна вартість, за даними CBInsights, складає приблизно 1090 млрд. дол. [2].

«Єдинороги» як нові гравці особливо вплинули на декілька традиційних галузей, що стало можливим завдяки створенню глобальної бази користувачів, оптимізації технологічних продуктів та трансформації споживчих пріоритетів. Яскравими прикладами змін умов ринку є Uber (транспортні послуги), Airbnb (готельне господарство), WhatsApp (телекомунікації).

Одним з першочергових аспектів, що сприяє зростанню компаній-«єдинорогів», є стартові інвестиції. У розвиток «єдинорогів» можуть вкладати кошти інвестори різного типу – від «ангелів»-інвесторів до фондів публічного ринку (пайових та хедж-фондів). Хоча ці інвестиції дозволяють компаніям забезпечити стрімке зростання у короткий часовий період, їх доцільність та очікувана окупність можуть викликати серйозне занепокоєння серед інвесторів. Деяким визнаним експертам, наприклад Біллу Герлі, вони дуже нагадують сумнозвісну епоху технічних бульбашок середини дев'яностих років минулого сторіччя [3]. Багато компаній-«єдинорогів», хоча їх і оцінюють у понад 1 млрд дол., мають нижчий дохід та меншу кількість клієнтів, ніж очікувалося на початку реалізації відповідних інвестиційних проєктів. Втім, попри достатньо високу ризикованість, «єдинороги» мають беззаперечний потенціал для швидкого зростання, який визначається наступними ключовими факторами:

1) Більш масштабні ринки. З моменту створення компанії-«єдинороги» орієнтуються на світові ринки. Ключову роль у визначенні векторів їх розвитку зіграв стрімкий розвиток технологій, що дозволяє все більшій кількості споживачів використовувати переваги он-лайн торгівлі та робити покупки з будь-якої частини світу.

2) Більш високі доходи від ІРО. Сьогодні компанії-«єдинороги» характеризуються більш високим зростанням доходів перед подачею на ІРО, ніж молодші компанії епохи Інтернет-бульбашок. У епоху до 2000 року 65% інвестицій були спрямовані на розвиток компаній, яким не виповнилося трьох років, тоді як у 2018 році 80% поточних інвестицій здійснювались у трирічні компанії [4].

3) Народжені глобальними. Компанії-«єдинороги» та інші стартапи отримують доступ до світових ринків і націлюються на різні галузі на самих ранніх стадіях зростання, тим самим створюючи більш широкую мережу клієнтів.

Окрім зазначених факторів слід виділити ще три умови успішного старту компаній-«єдинорогів», дотримання яких забезпечує молодим компаніям стрімкий розвиток у стислий проміжок часу.

1) Цифрові технології. Насправді кожен бізнес у сучасному суспільстві перетворюється на цифровий. Компанії, що використовують цифрові технології для зміни ключової галузевої діяльності, мають більшу вірогідність потрапити до клубу «єдинорогів». Цифрові технології також дають можливість компаніям надавати персоналізований досвід клієнтам (через мобільний телефон), розробляти продукцію за допомогою гнучких процесів («хмара») та приймати рішення у режимі реального часу (масиви даних та соціальні мережі).

Вплив цифрових технологій є далекосяжним, та відчувається і великими організаціями. Вони створюють бізнес-одиниці нового покоління, орієнтовані на цифрові платформи. Так, General Electric (GE) створив цифровий бізнес-підрозділ, GE Digital, щоб конкурувати на ринку IoT з IBM та іншими великими гравцями на ринку інформаційних продуктів [5]. Walmart створив Walmart Labs для розробки технологій та рішень для свого глобального бізнесу в галузі електронної комерції.

2) Відкрита інноваційна система. На хвилі бурхливого розвитку та конкурентного успіху інноваційно орієнтованих стартапів, традиційні компанії усвідомили високий потенціал співробітництва з «єдинорогами». Крім того, суттєве спрощення обчислень через хмарні сервіси та платформи з відкритим кодом дозволили організаціям швидко масштабуватися з обмеженим бюджетом та збільшити свою інноваційність.

3) Сприятливе середовище фінансування. У сучасному світі створено максимально сприятливе середовище фінансування для швидкого зростання стартапів. Приватний ринок дає більший прибуток інвесторам, ніж державний фондовий ринок. Низькі процентні ставки «відштовхують» інвестиції від облігацій та цінних паперів з фіксованим доходом до стартапів, які обіцяють більший прибуток.

Підсумовуючи вищесказане, можна зазначити, що компанії-«єдинороги» та стартапи переписують правила гри у сучасному бізнесі, у той час як традиційні організації залишаються незмінними. Але основна умова ринку – «змінюватися чи вмирати» – не залишає можливості успішного розвитку на основі неактуальних вимогам ринку стратегій, тоді як компанії-«єдинороги» за цим критерієм беззаперечно виграють, і їхній потенціал у найближчі роки буде лише примножуватися.

#### *Список використаних джерел:*

1. Ласкаво просимо до клубу Єдинорогів: Навчання від стартапів на мільярд доларів: веб-сайт. URL: <https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/>
2. The Complete List of Unicorn Companies - CB Insights: веб-сайт. URL: <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
3. Legendary investor Bill Gurley says that there's a 'systematic problem in Silicon Valley' because it's too easy to get cash. Businessinsider: веб-сайт. URL:



<https://www.businessinsider.com/bill-gurley-interest-rates-corporate-governance-problem-silicon-valley-2018-2?IR=T>

4. Чому єдинороги керують екосистемою стартапів? Веб-сайт. URL: <https://zinnov.com/why-unicorns-are-ruling-the-roost-in-the-startup-ecosystem/>

5. Трансформація General Electric: як бізнес-динозавра перетворили у стартап. Веб-сайт. URL: <https://www.imena.ua/blog/ge-transformation-rules/>

**Момотюк А. П.**, студент  
**Науковий керівник: Стахів О. А.**,  
к.е.н., доц., Національний університет  
водного господарства  
та природокористування, м. Рівне, Україна

## **УРОЖАЙНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Головним показником оцінки різних способів, глибин, заходів, засобів і систем обробітку ґрунту є рівень врожайності і продуктивність сільськогосподарських культур та сівозміни в цілому. Урожайність, як показник продуктивності культур, є похідною величиною від чинників і умов, в яких відбувається її формування. Тому коливання кожного чинника безперечно позначається на кінцевій величині урожайності цієї культури.

Підвищення врожайності сільськогосподарських культур є одним з основних шляхів зниження собівартості виробництва продукції, що, в свою чергу, здійснюється за рахунок зростання витрат на 1 га. Це дозволяє збільшити обсяги виробництва продукції та скоротити витрати [3].

Підвищення врожайності є ефективним лише у випадку, коли:

- підвищення врожайності культур сільського господарства чи зростання продуктивності тварин за одночасного скорочення собівартості виробництва на один центнер продукції;

- підвищення врожайності культур сільського господарства чи зростання продуктивності сільськогосподарських тварин за незмінних витрат ресурсів на один центнер продукції;

- підвищення врожайності культур сільського господарства чи зростання продуктивності тварин за одночасного підвищення витрат виробництва, коли темпи росту врожайності та продуктивності тварин є вищими;

- коли незмінними залишається врожайність культур сільського господарства чи продуктивність тварин, а собівартість виробництва скорочується.

На рівень урожайності сільськогосподарських культур вагомий вплив, зазвичай, мають природно-кліматичні умови, забезпеченість підприємств матеріально-грошовими ресурсами і технікою [4].

Важливе значення має внесення необхідної кількості мінеральних добрив і в певних пропорціях. Порушення співвідношення внесення азотних, фосфорних і калійних добрив не дає змоги одержати адекватну віддачу від затрат, а надмірне внесення азотних добрив сприяє росту стеблостою і за несприятливих погодних умов спричиняє вилягання хлібів.

Особливо важливим є використання органічних добрив. Зараз багато підприємств використовують мінеральні добрива, зважаючи на нижчу ціну. Раціональне використання органіки відкриває перед агрономами значні можливості, оскільки це практично невичерпний ресурс, оскільки поживні речовини, що містяться в органічних добривах, відносяться до поновлюваних.

Підвищення урожайності й застосування комплексної механізації виявляється не лише у збільшенні валових зборів зерна, а й у підвищенні економічної ефективності його виробництва (продуктивність праці, собівартість продукції, рентабельність). За зростання врожайності хоч і мають місце додаткові затрати праці та засобів, але темпи зростання останніх нижчі. Тому з підвищенням урожайності трудомісткість продукції та її собівартість знижуються.

Органічні добрива, отримані з гною є одним з найкращих факторів покращення біологічних властивостей ґрунту, оскільки вони містять як органічні речовини, так і необхідні для сільськогосподарських культур елементів, таких як фосфор, калій, азот та інші. Як свідчать дослідження, використання органіки може сприяти зростанню врожайності, що може забезпечити отримання додаткового врожаю до 50 %. При внесенні добрив, як і при плануванні сівозміни необхідно також враховувати природно-кліматичні умови, у яких функціонує підприємство, що відображають кругообіг поживних речовин у тваринницьких господарствах з особистою кормовою базою [2].

Якщо ж говорити про мінеральні добрива, то одним з найкращих на даний момент є безводний аміак. Він належить до групи азотних добрив і має високий вміст азоту до 80%. Найбільшою його перевагою є невисока ціна, порівняно з твердими добривами. У середньому витрати на рідкий аміак приблизно у 2 рази менші, ніж витрати на селітру.

Крім цього, безводний аміак має ще ряд переваг. До них належать є здешевлення вартості робіт на внесення добрив до 50%, скорочення витрат на паливо-мастильні матеріали, можливість використання безводного аміаку як основного добрива для сільськогосподарських культур, після внесення і загортання безводного аміаку іон амонію зв'язується ґрунтовою вологою, тому швидко поглинається й слабо переміщується в ґрунтовому горизонті, використання безводного аміаку сприяє покращенню врожайності.

Ще одним інноваційним способом покращення виробництва рослинної продукції є використання регуляторів росту для рослин. Під регуляторами росту слід розуміти природні гормони чи їх синтетичні аналоги, що допомагають регулювати найважливіші процеси росту та розвитку сільськогосподарських культур та допомагають якнайкраще реалізовувати потенціал певного сорту рослин. Вони не можуть покращити врожайність сільськогосподарських культур, а тільки допомагає стимулювати біологічно процеси рослин та посилюють проникнення міжклітинних мембран, що сприяє підвищенню ефективності виробництва продукції рослинництва [1].

***Список використаних джерел:***

1. Ільчук М. М., Ус С. І., Андросович І. І. Оптимізаційні рішення організації виробництва в агробізнесі. Економіка АПК. 2018. № 5 С. 77-83

2. Піскун В. І. Оптимізація витрат на внесення добрив у ґрунт під плановий врожай культур. Науково-технічний бюлетень ІТ НААН. 2016. № 110. С. 70-80

3. Полозов М. О. Шляхи зниження собівартості продукції на підприємстві. Вісник Одеського національного політехнічного університету. 2016. № 7. С. 29-33

4. Шутько Т.І. Особливості формування витрат сільськогосподарських підприємств. Економічна наука. 2015. № 22. с. 125-128.

**Моргун А. С.**, студентка  
**Науковий керівник: Костюк В. А.**,  
к.е.н., доцент  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України,  
м. Київ, Україна

## **ІННОВАЦІЇ ЩОДО ЗАЛУЧЕННЯ ДЕПОЗИТНИХ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ**

Сьогодні інновації – це не лише одне з економічних явищ, яке впливає на зростання продуктивності факторів виробництва, зростання обсягів виробництва, структурні зрушення, економічне зростання та національну конкурентоспроможність тощо. Інновації ототожнюються із розвитком і вдосконаленням усіх сфер економіки.

Усі аспекти діяльності банківських установ - сфера впровадження інновацій: розробляються нові банківські продукти та послуги, фінансові інструменти та технологія обслуговування, змінюються структура та бізнес-процеси кредитних установ, застосовуються інноваційні ринкові підходи та методи комунікації.

Удосконалення або модифікація інновацій у існуючих депозитних продуктах відбувається майже постійно і пов'язана з прагненням банку створити унікальну додаткову цінність для клієнтів, що дозволило б їм отримати перевагу в конкуренції.

Відомо, що кількість поточних та строкових депозитів впливає на стабільність ресурсної бази банків і може одночасно бути показником довіри клієнтів до них.

Позитивний вплив інновацій на стан депозитного ринку неодноразово підтверджувався рядом наукових досліджень. Так, наприклад, у роботі дослідника центрального банку Італії Ф. Колумба було виявлено позитивний зв'язок між кількістю банкоматів (АТМ) і POS-терміналів та попитом на депозити. Крім того, було виявлено збільшення попиту на депозити з боку клієнтів у зв'язку з впровадженням системи «електронних розрахунків». Як бачимо, вже в кінці 1990-х та на початку 2000-х років впровадження інноваційних технологій у банківській сфері мало свої плюси [1].

Задля збільшення депозитних залучень банки повинні ретельно і постійно вивчати інтереси і запити вкладників, встановлювати оптимальну ставку процента, термін вкладу, можливість поповнення та дострокового зняття коштів,

які би зацікавили і були доступними для клієнтів. Тому доцільно зосередити увагу на інноваційних депозитних продуктах. Такими цікавими інноваційними продуктами можуть стати:

1) мультивалютні депозити, які мінімізують втрати від коливання валютних курсів, оскільки вкладник протягом дії договору може конвертувати свій вклад із однієї валюти в іншу без розірвання договору і без втрати відсотків;

2) депозити у «стійких» валютах — швейцарських франках і англійських фунтах стерлінгів;

3) індексовані депозити, розмір яких та/або ставка змінюється залежно від певного показника (курсу валюти, індикаторів фондового ринку, цін на золото, нафту), причому банк компенсує вкладнику, наприклад, курсову різницю;

4) гібридні (або комбіновані, змішані) депозити, які поєднують властивості строкових і поточних рахунків. В іноземних банках їх іноді називають NOW-рахунками (negotiable order of withdrawal), відкриття яких дозволяє їх власникам розраховуватися тратами, аналогічними до чеків, одночасно отримуючи при цьому дохід як і за строковими депозитами;

5) умовні депозити, коли банки мають право залучати кошти та/або банківські метали на нестандартних умовах їх повернення;

6) спеціальні накопичувальні рахунки, при якому первинним є укладання з банком угоди щодо можливості отримання кредиту для придбання речей значної вартості (житло, транспортні засоби, земельні ділянки) за умови накопичення обумовленої суми на спеціальному цільовому рахунку, а також надійним механізмом захисту, який полягає у зарахуванні таких вкладів до категорії першочергового повернення;

7) структуровані депозити, представлені депозитами на акції та індексовані облігації, інвестиційними депозитами. Їх механізм передбачає наявність інструментів із фіксованою прибутковістю (строкові депозити або високонадійні облігації) та високодохідний фінансовий інструмент;

8) електронні депозитні сертифікати. Їх можна буде продати іншій фізичній особі або іншому банку, взяти під їх заставу кредит лише з невеликою втратою прибутковості. А також, електронні депозитні сертифікати буде зручно оформити, адже можна буде це зробити дистанційно. Недолік полягає в тому, що гарантії ФГВФО на електронні сертифікати, швидше за все, не поширюватимуться [2].

Отже, можна зробити висновок, що ефективність роботи банку щодо залучення додаткових грошових коштів та забезпечення його конкурентоспроможності на ринку банківських послуг багато в чому залежать від впровадження нових депозитних продуктів. Тому, необхідно розробляти депозитну політику таким чином, щоб вона була привабливою для клієнтів та водночас прибутковою для комерційних банків, оскільки існують значні проблеми з формуванням довіри у потенційних клієнтів до банківської системи України.

#### *Список використаних джерел:*

1. Васильєва Т. А., Діденко І. В. Інновації в маркетингу депозитних послуг / Т. А. Васильєва, І. В. Діденко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2016. Вип. № 4. - С. 56-63.

2. Золотарьова О. В. Модифікація депозитної політики комерційних банків України / О. В. Золотарьова, Ю. В. Півняк, О. В. Гурбич // Економіка та держава. - 2015. - № 2. - С. 65-69. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde\\_2015\\_2\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2015_2_16).

**Nesterak J.**, Associate Professor, Ph. D.  
Cracow University of Economics  
Department of Economics and Organization of  
Enterprises Poland

**Malinowska O.**, Associate Professor, Ph. D.  
Ivan Franko National University of Lviv  
Department of Management and Economics  
Ukraine

**Put D.**, Associate Professor, Ph. D.  
Cracow University of Economics  
Department of Computational Systems Poland

**Szymła W.**, Assistant Professor, Ph. D.,  
Cracow University of Economics  
Department of Economics and Organization of  
Enterprises Poland

## **EYE TRACKING W USPRAWNIANIU SYSTEMU INFORMATYCZNEGO – WYNIKI BADAŃ<sup>4</sup>**

Eye tracking to wyjątkowa metoda obiektywnego pomiaru uwagi użytkownika. Najważniejszą wartością badań eye trackingowych jest forma i jakość pozyskanych danych. Odzwierciedlają one rzeczywiste zachowania i reakcje respondentów. Pozwala to na zmniejszenie pola, zmniejszenie roli, jaką odgrywają dane deklaratywne wykorzystywane najczęściej w badaniach ankietowych. W okresie marzec 2017-marzec 2018 roku zostały przeprowadzone badania, których celem było wskazanie kierunków udoskonalenia systemu informatycznego klasy ERP. Przyjęto założenie poprawy w sferze dwóch kluczowych obszarów: (1) kształtu i przebiegu odwzorowania procesu biznesowego w oprogramowaniu, które zapewnią najwyższy poziom wykorzystania UX i zasad ergonomii oraz (2) sposobu budowania interface'ów graficznych, które należy dostosować pod względem użyteczności do wymagań klientów. Zagadnienia te zostały poddane badaniom z punktu widzenia Użytkownika przy wykorzystaniu technologii eye trackingowej.

Celem artykułu jest przedstawienie wyników projektu prowadzonego z użyciem eye trackera

Urządzenia do śledzenia wzroku są wykorzystywane w tysiącach wiodących laboratoriów badawczych na całym świecie w szerokim zakresie dyscyplin naukowych. Badacze z Uniwersytetu w Osace opracowali metodę ilościową identyfikacji osób z autyzmem, analizując czasowo-przestrzenne wzorce spojrzeń, które mogą pomóc ekspertom w wcześniejszej diagnozie choroby. Z kolei naukowcy z Clemson

<sup>4</sup> The publication has been financed by the funds allocated to the Department of Economics and Organization of Enterprises at the

University, przy użyciu okularów Tobii Pro przeprowadzili analizę zwyczajów zakupowych konsumentów i ich reakcje na projekt opakowania, aby lepiej zrozumieć ich decyzji o zakupie (Gomes i in., 2010). Eye tracking zyskał popularność w badaniach ergonomii interfejsów programów komputerowych (Poole, Ball, 2005; Goldberg, Kotval, 1999) oraz badaniach poświęconych aspektom użytkowym stron internetowych (Nielsen, Pernice, 2010; Bojko, 2006; Cowen i inni, 2002). Jedną z podstawowych zalet badań eye trackingowych jest otrzymanie dużej ilości danych oraz elastyczne możliwości ich obróbki i agregacji, pomimo niskiej próby reprezentatywnej (Pernice, 2009, s.19-52). W głównej mierze badania mają na celu identyfikację oraz analizę wzorców skupiania wzroku przez użytkownika w trakcie wykonywania wyznaczonego zadania.

Przyspieszenie wdrożenia systemu informatycznego klasy ERP w firmie można uzyskać na wiele sposobów. W przypadku opisywanego projektu przyjęto założenie, że zmiana podejścia do interface'u graficznego może pozwolić na znaczące skrócenie czasu szkolenia pracowników. Szkolenie, które ma na celu przygotowanie operatorów systemu ERP do pracy z aplikacją to nie tylko problem, z którym przedsiębiorstwa muszą się mierzyć w chwili wdrażania nowego systemu zintegrowanego. Każdy nowy pracownik wymaga szkoleń, co podnosi koszty funkcjonowania firmy. Im system informatyczny jest bardziej skomplikowany, tym koszt szkolenia jest zdecydowanie wyższy.

Celem prowadzonych badań miała być odpowiedź na pytanie, czy współczesny system ERP może posiadać tak samo intuicyjny interfejs graficzny, jakimi cechują się aplikacje mobilne. Pozostałym celami było przygotowanie zestawienia błędów w produkcji informatycznym enova365, opracowanie rekomendacji dotyczących poprawek w postaci wytycznych projektowych dla informatyków i opracowanie danych ilościowych wskazujących na wydajność, efektywność i satysfakcję z korzystania z enova365 (Nesterak, J. & Bednarczyk, A. & Radziszewski, P. 2017).

Po porównaniu wyników analiz stwierdzono, że zarówno czas koncentracji wzroku na obszarach roboczych, jak i czas realizacji samych zadań w przypadku makiety systemu ERP był krótszy niż w przypadku zadań realizowanych w dotychczasowym systemie enova365 DEMO (rysunek 1).



Rysunek 1. Czas wykonania zadań w module HR system ENOVA365 Demo i Enova365 UEK

Source: own study based on own research

W wyniku analizy zgromadzonych danych okazało się, że w przypadku części zadań realizowanych w oparciu o system enova365 procent koncentracji wzroku na obszarach roboczych nie był większy niż 60% całego czasu, w którym respondent miał kontakt. Wynik taki oznacza, że 40% czasu wzrok respondenta koncentrował się na elementach interface'u innych niż te, które dotyczyły zadania. Respondent, w tym przypadku odbiorca komunikatu, 40% swojego czasu poświęcał na dekodowaniu informacji, która nie stanowiła treści merytorycznej przekazywanej przez proces biznesowy. Można to uznać za stracony czas. Taki wynik był potwierdzeniem postawionej tezy, że interface graficzny może być przyczyną niskiej efektywności realizowanych zadań z wykorzystaniem systemu ERP

Uzyskane wyniki przeprowadzonych badań potwierdziły przydatność technologii eye trackingowej w poszukiwaniu obszarów umożliwiających poprawę efektywności przebiegu procesów biznesowych. Pracę zespołu badawczego zakończył precyzyjny raport, który zawierał trzy grupy rekomendacji dla twórców poszczególnych elementów systemu. Wskazywały one na potrzebę przeprowadzenia zmian w perspektywie:

- krótkoterminowej, polegające na prostej modyfikacji graficznej systemu enova365 i nie wymagająca przebudowy aplikacji,
- średnioterminowej, które wymagają zmian w oprogramowaniu, ale nie wymagają zmian w strukturze produktu informatycznego,
- długoterminowej, które wymuszają dokonania istotnych zmian w strukturze produktu informatycznego.

Wdrożenie zmian rekomendowanych w każdej z wymienionych grup przyniesie firmie oraz jej klientom wymierne korzyści.

#### ***Literatura:***

Bojko, A. (2006), Using eye tracking to compare web page designs: a case study. „Journal of Usability Studies” Vol. 1, no. 3, s. 112–120.

Cowen, L. & Ball, L.J. & Delin, J. (2002), An eye-movement analysis of web-page usability. „Proceedings, HCI Conference, London”, s. 317–335

Goldberg, J.H. & Kotval, X.P. (1999), Computer interface evaluation using eye movements: methods and constructs. „International Journal of Industrial Ergonomics” Vol. 24, no. 6, s. 631–645.

Gomes, T. & Fischer, J. & Ouzts, A. (2010). An Eye Tracking Approach to Consumers' Preference to Private Label versus Public Label, Clemson University.

Nesterak, J. & Bednarczyk, A. & Radziszewski, P. (2017), Raport zawierający rekomendacje w zakresie udoskonalenia stosowanej dotychczas w firmie technologii dotyczącej architektury informacji oprogramowania systemu Enova365 (materiał powielony). Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.

Nielsen, J. & Pernice, K. (2010), Eyetracking web usability. Berkeley: New Riders.

Pernice, K. & Nielsen, J. (2009), How to Conduct Eyetracking Studies, Nielsen Norman Group.

Poole, A. & Ball, L.J. (2005), Eye tracking in human-computer interaction and usability research: Current status and future prospects. [in:] Encyclopedia of human-computer interaction”, ed. Ghaoui, C. Pennsylvania: Idea Group, Inc.

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

В умовах неоіндустріального суспільства підприємства оптової торгівлі отримують дуальний виток своєї діяльності: з однієї сторони, вони мають створити сприятливі умови суб'єктам товарного ринку для здійснення раціонального товарного обігу [1, с. 143], що полягає у самому призначенні цих підприємств; з іншої – при зниженні частки сектору матеріального виробництва, зуміти збільшити реалізацію продукції у умовах нового розвитку продуктивних сил на основі високотехнологічних та наукомістких процесів виробництва, підґрунтям для якого є нове інституціональне середовище [2, с. 193].

Прояв процесів неоіндустріалізації на сучасному етапі В.В. Буряк розглядає як вектор розвитку на основі базису, який складається з трьох «субвекторів»: інновації, знання, інформаційні технології [3, с. 114]. Для підприємств оптової торгівлі такі складові реалізуються при задіяні декількох факторів:

- новітні підходи до реалізації товарів та надання додаткових послуг (Інтернет-аукціони, Інтернет-магазини, електронні каталоги, dropshipping тощо), зворотній зв'язок, формування електронної бази даних потенціальних покупців, становлення принципу «бізнес для бізнесу»;

- високі кваліфіковані кадри (операціоністи, ІТ-фахівці, менеджери, логісти);

- сучасні інформаційні технології при реалізації товарів та наданні послуг, що базуються на використанні комп'ютерних програм.

Підприємства оптової торгівлі в Україні за функціональним рівнем масштабів діяльності (зон впливу) розподіляються на три основні групи: оптові підприємства національного, міжрегіонального (регіонального) і локального значення (масштабу). Відповідно до обсягів реалізації товарів підприємства оптової торгівлі поділяються на великі, середні і малі. При чому, характерною ознакою є поступове скорочення кількості оптових підприємств в Україні за рахунок укрупнення, злиття та об'єднання малих і середніх оптових одиниць.

За статистичними даними у першому півріччі 2019 року відбулося незначне зростання обсягів випуску ВЕД “Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів” (п/п) на 0,31% [ $\pm 0,1$  в.п.] («мінус» 0,2% за 5 міс. 2019 р., «плюс» 4,8% за 6 місяців 2018 р.). Однак, основний внесок у позитивну динаміку внутрішньої торгівлі було забезпечено завдяки інтенсивному розвитку роздрібного сегменту ринку (зростання обороту роздрібною торгівлі прискорилося до 10,3% (9,6% за 5 міс. 2019 р., 5,1% за 6 міс. 2018 р.), з позитивним внеском за 6 міс. 2019 р. на рівні 3 в.п.) на тлі зростаючої купівельної спроможності населення в умовах подальшого збільшення реальної заробітної плати та помірної цінової динаміки на внутрішньому ринку. В свою чергу, низхідна динаміка оптової торгівлі – зменшення на 3,8% ((«мінус» 4,1% за 5 міс.



2019 р., «плюс» 4,4% за 6 міс. 2018 р.) з від'ємним внеском до загального показника торгівлі на рівні 2,7 в.п.) продовжує стримувати розвиток галузі [4].

Особливості оптової торгівлі за два з половиною роки подані на рисунку 1.

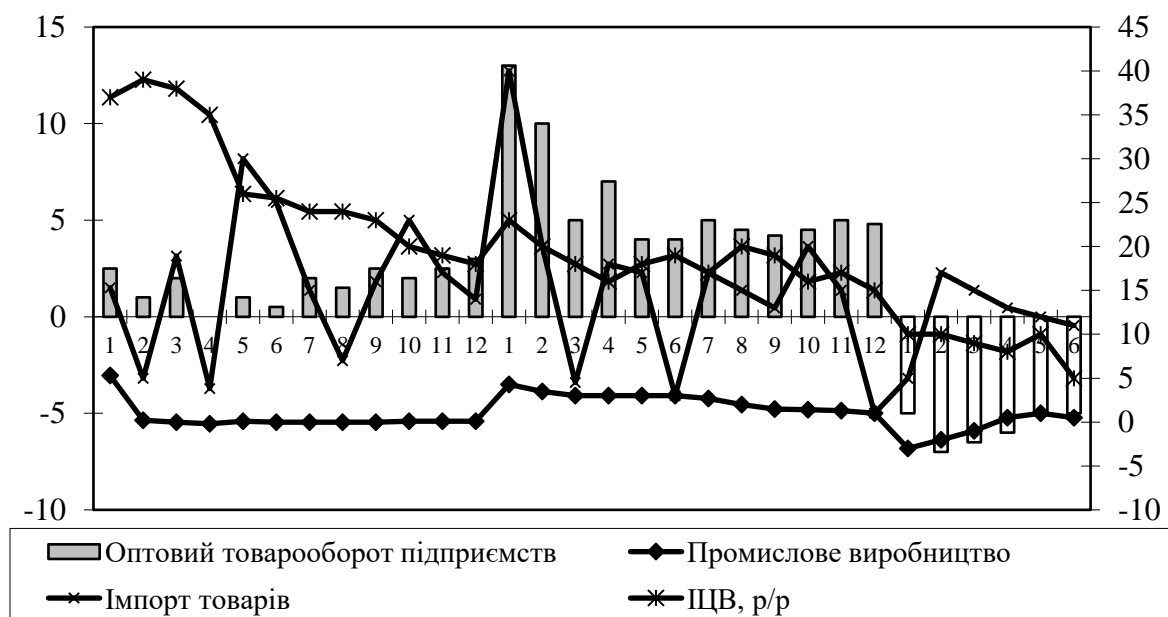


Рис. 1. Динаміка складових оптової торгівлі в Україні з 2017 р. по I півроку 2019 р., % п/п (побудовано за даними [4])

Стримуючими факторами оптової торгівлі виступили:

- низький попит на послуги оптової торгівлі з боку окремих промислових виробників, зокрема, товарів проміжного споживання та інвестиційних товарів;
- незначні обсяги кредитування оптового сегменту ринку (обсяг кредитів наданих підприємствам оптової торгівлі станом на кінець червня 2019 р. порівняно з кінцем червня 2018 р. зросли на 2%);
- зменшення показника ланковості перепродажу непродовольчих товарів, які складають більше 80% у загальному обсязі оптового товарообороту (у I кв. 2019 р. порівняно з I кв. 2018 р. ланковість перепродажу товарів зменшилася на 0,2 пункти до 2,1, що загалом є позитивним явищем для кінцевого споживача послуг оптової торгівлі).

Проведений аналіз в сфері оптової торгівлі потребує комплекс реалізації вказаних вище «субвекторів» неоіндустріального суспільства, що дозволить підвищити ефективність та прибутковість роботи підприємства за рахунок максимальної інтеграції матеріальних, технічних, кадрових, інформаційних ресурсів в єдину систему.

#### Список використаних джерел:

1. Кравченко М.С. Аналіз сучасного стану розвитку торгівельної галузі України / М.С. Кравченко // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць. – 2016. – Вип. 31, Т. 2. – С. 139–145.
2. Прушківська Е.В. Неоіндустріалізація як процес оновлення вторинного сектору економіки в період економічної нестабільності / Е.В. Прушківська // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. пр. – 2013. – Вип. 28. – Т. 1. – С. 191-197.

3. Буряк В.В. Неоіндустріальні чинники розвитку промислового міста в умовах децентралізації / В.В. Буряк // Економіка та держава. – 2017. – № 7. – С. 113-116.

4. Офіційний сайт Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.org/uk>

**Обнявко В.О.**, аспірант  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## ВИНОРОБСТВО В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Історія розвитку виноробства на території України охоплює тисячі років з часів, коли давні греки заснували свої колонії в регіонах біля річок Дону, Дніпра, Бугу, Дністра та Дунаю, вирощували виноград і займалися виноробством. Сучасне виноробство в Україні представлене виробництвом виноградних вин, ігристих вин, а також вермутів і подібних напоїв.

Україна має достатній потенціал для розвитку галузі й виробництва якісної продукції – сприятливі кліматичні умови, якісні ґрунти, галузь машинобудування, що забезпечує виноробство необхідним обладнанням, багаторічний досвід виноробів. Проте ринок вітчизняного вина зараз в занепаді і демонструє лише незначне зростання за останні роки (рис. 1).

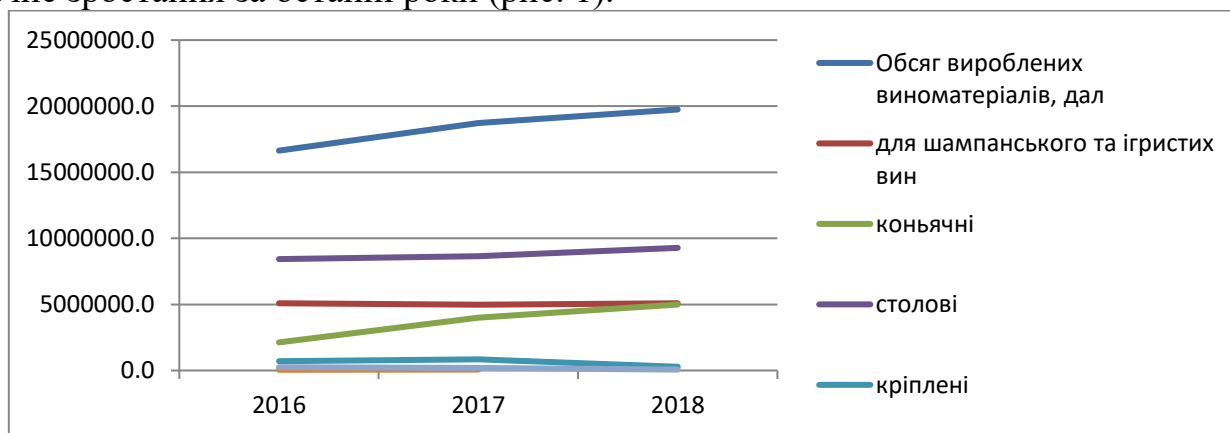


Рис. 1. Динаміка виробництва виноматеріалів у груповому асортименті в Україні у 2016-2018 роках (побудовано автором за даними [1])

Значно вплинуло на такий стан справ різке падіння доходів населення, що знизило попит на винопродукцію, яка не є предметом першої необхідності, військові дії в Східному регіоні України та анексія Криму, де знаходились одні з найбільших площ насаджень винограду.

Українським виноробам вкрай не вистачає власної сировини для повноцінного виробництва і доводиться проводити закупівлі за кордоном. Це значною мірою обумовлює великі обсяги імпортованих вин та дуже невеликі поставки вітчизняних вин на експорт (рис. 2, рис. 3). Так, у період з січня по липень 2018 року Україна імпортувала вина і сула виноградного на загальну

суму 68 млн. дол. США. Основним постачальником імпортичних вин стала Італія, з якої надійшло вин на 18,8 млн. дол. США, на другому місці – Франція з загальним обсягом імпорту на 10,9 млн. дол. США, на третьому – Грузія, яка поставила вин на 9,9 млн. дол. США [2].

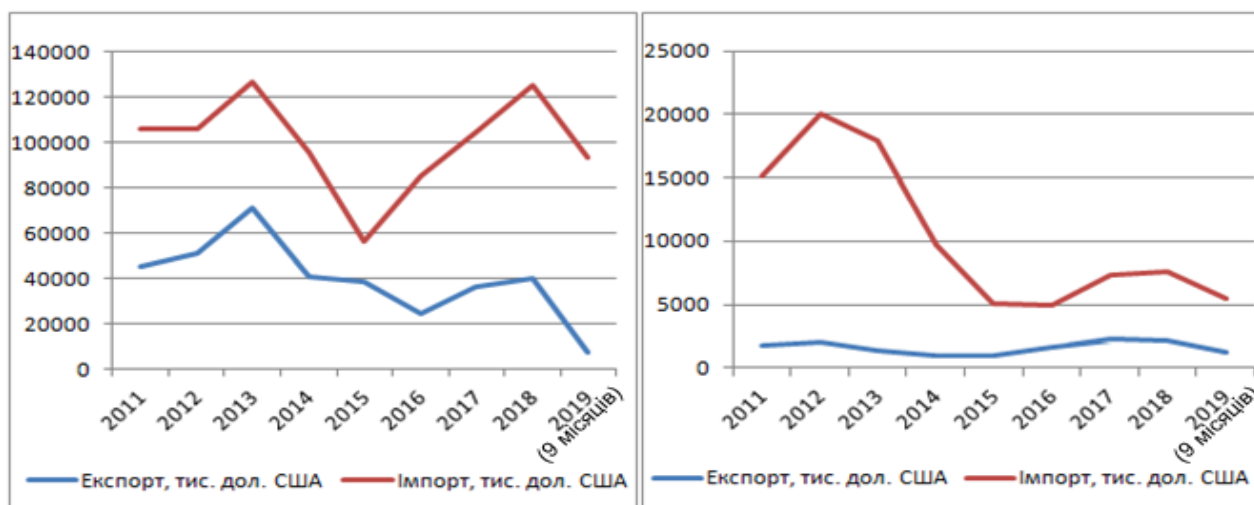


Рис. 2,3 . Динаміка експорту та імпорту вин виноградних і суслу виноградного в Україні у 2011-2019 роках; Динаміка експорту та імпорту вермуту та іншого вина виноградного в Україні у 2011-2019 (побудовано автором за даними [2])

Лише у 2018 році почалось зростання переробки винограду власного вирощування та зменшення переробки купленого винограду (рис. 4).

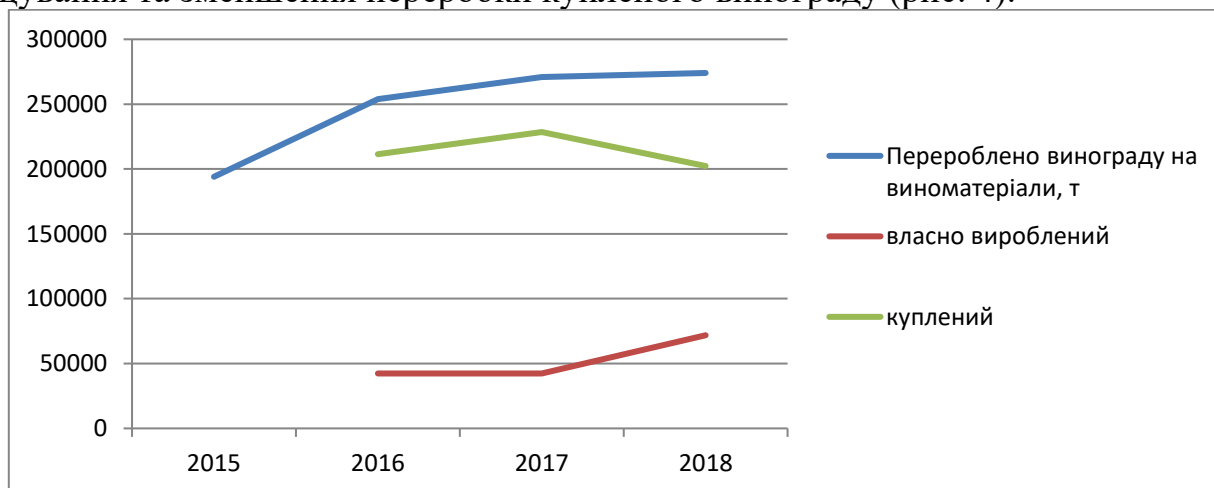


Рис. 4. Динаміка перероблення винограду на виноматеріалів в Україні у 2015-2018 роках (побудовано автором за даними [1])

Найбільшу частку в структурі збору врожаю з виноградників займає Одеська область, в якій зосереджені найбільші площі насаджень – більше 30 тис. га. Проте, в Одеському регіоні обсяги виробництва вин теж або зростають в

незначних обсягах, або скорочуються, і лише виробництво суслу виноградного демонструє суттєве зростання (рис. 5).

Відтак, Україна має значний потенціал нарощування власного виробництва вина. Однак, подальший розвиток галузі та посилення конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва вимагає виваженої політики щодо розвитку галузі. Зокрема необхідно:

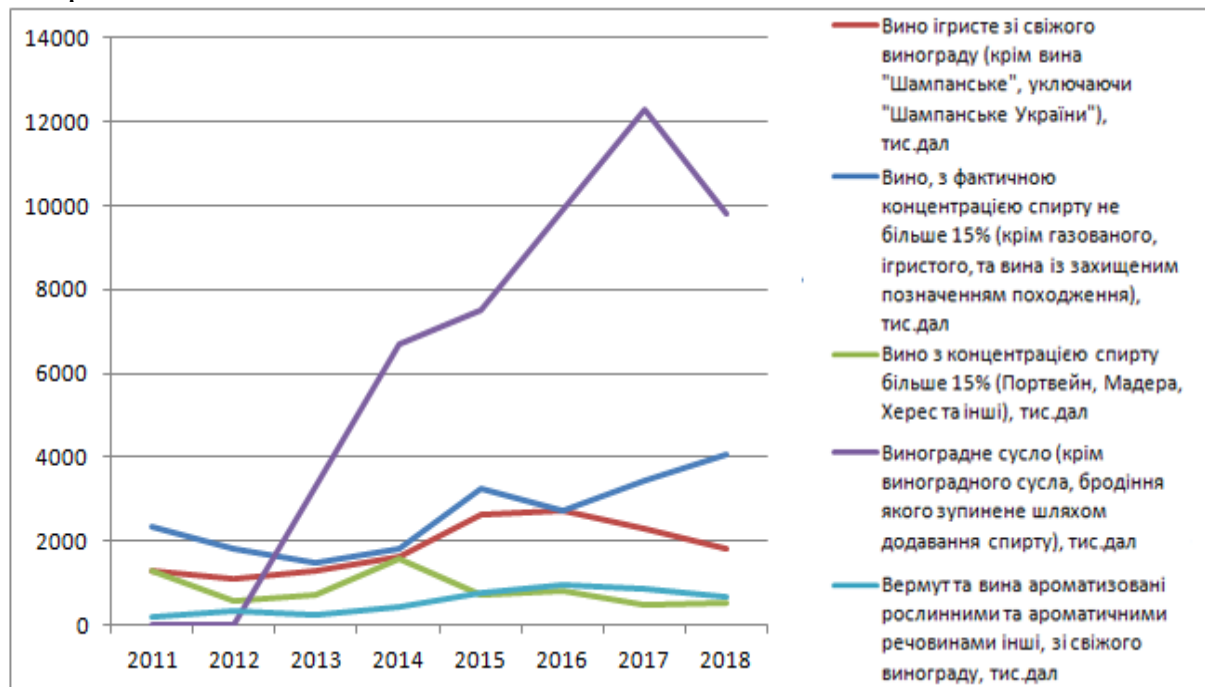


Рис. 5. Динаміка виробництва вина та виноградного суслу в Одеській області у 2015-2018 роках (побудовано автором за даними [3])

1. Впроваджувати сучасні технології у виробництво вина, наприклад, технологію «холодного розливу» без теплової обробки, що сприятиме підвищенню престижу українських вин та їх конкурентоспроможності по відношенню до імпортованих вин.

2. Вести роботу щодо удосконалення маркетингової цінової політики для посилення лояльності покупців до вітчизняної продукції, оскільки імпортоване вино з Південної Африки, Чилі або Молдови часто дешевше, ніж українське.

3. Удосконалити податкове законодавство і зменшити розміри акцизного збору, що вплине на зменшення цін на вино та стимулюватиме зростання попиту.

3. Креативно удосконалювати дизайн рекламних роликів, логотипи торгових марок та дизайн вин, щоб зробити їх більш яскравими та привабливими, розвивати музеї та центри культури споживання вина, стимулювати розвиток винного туризму.

4. Посилити зв'язки з постійними клієнтами. Для всіх брендів важливо створення довготривалих відносин зі споживачами. Такий зв'язок зі споживачами можна отримати через соціальні мережі, упаковку, зовнішню рекламу, піар-акції тощо.

5. Втілювати в маркетингову діяльність нові технології, зокрема, блокчейн, що здатен надати необхідну прозорість і захищеність в обробці інформації.

6. Впроваджувати смарт-продукти та смарт-упаковку. Перспективною є розробка упаковки та етикеток, що інформують про склад вина, місце вирощування, екологічність тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Виробництво промислової продукції за видами. *Офіційний сайт Державної служби статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. *Офіційний портал Державної фіскальної служби України*. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>.
3. Виробництво основних видів промислової продукції за 2011–2018 роки. *Офіційний сайт Головного управління статистики в Одеській області*. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>.

**Окружко С.М.**, магістрантка

**Ющишина Л.О.**, к.е.н., доцент

Східноєвропейський національний

університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ  
ЕФЕКТИВНОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ  
ПІДПРИЄМСТВА**

Сьогодні суттєво змінюється уява про взаємозв'язок економічних і соціальних проблем. Проведені дослідження доводять, що багато проблем в економіці підприємства мають соціальні причини та причини поведінкового характеру. Потреби людей постійно змінюються, змінюються звички, смаки, мотиви, стимули, які спонукають людину до праці, а також саме відношення до праці.

Унікальність людського фактора й полягає в тому, що у процесі створення сприятливих умов для реалізації здібностей та можливостей персоналу відбувається динамічний розвиток підприємства, підвищується результативність його функціонування, зростає якість виготовленої продукції тощо [1, с.45].

У зв'язку з цим соціально-психологічні фактори, що визначають діяльність персоналу підприємства в сучасних умовах передбачають вивчення соціального управління з позиції його ринкової перспективності. Такий підхід орієнтує управління діяльністю персоналу на збереження і підвищення якісних характеристик останнього, на стабілізацію виробничої діяльності, підвищення конкурентоспроможності продукції, прогнозування оптимальних обсягів впровадження нових видів продукції і ринків її збуту, зацікавленості персоналу у досягненні найкращих результатів.

Сучасний розвиток і трансформація теорії управління і системи стимулювання персоналу характеризується наступним. За останні 20-30 років у світовій практиці відбулися суттєві зміни. Якщо раніше спеціалісти у цій сфері займалися в основному кадровим діловодством, то на сьогодні це принципово нова робота, і насамперед, робота з людьми. Характер і роль функцій управління персоналом на сьогодні визначають такі фактори: кардинально перетворилася система управління та взаємовідношення між підприємствами; зменшилася

кількість методичних центрів, що допомагали підприємствам проводити роботу з персоналом; нові умови господарювання і управління увійшли в протиріччя з інертністю менталітету, психологією утриманця і пасивного працівника; більшість проблем у сфері роботи з персоналом не просто змінилися, а отримали протилежну направленість – проблема нехватки персоналу змінилася проблемою його вивільнення, зайва плинність – надмірною стабільністю, отже накоплений раніше практичний досвід виявився неприйнятним.

У сучасному суспільстві інвестиції у людський капітал, що забезпечують достойний рівень життя, здоров'я працівника та його сім'ї не просто важливі, а цілковито необхідні для розвитку виробництва. Проте факти сьогодення життя показують, що ця умова не враховується.

Відповідно до Конвенції про статистику праці, що прийнята у 1985 р. Міжнародною організацією праці (МОП) [2], починаючи з 2010 р. Державною службою статистики України (раніше – Державним комітетом статистики України) проводиться обстеження витрат на робочу силу з періодичністю раз на чотири роки. У країнах ЄС такі дослідження здійснюють щорічно. За даними МОП, показник погодинної вартості робочої сили в Україні, більше як у 2 рази відстає від найменшого аналогічного показника у країнах ЄС [3]. За даними Державної служби статистики України питома вага витрат на оплату праці у собівартості продукції складає в середньому близько 8%, в той час як у розвинутих країнах ця цифра сягає до 70% [4].

Знецінення робочої сили досягло такого рівня, що заробітна плата як економічна категорія все в більшій мірі втрачає своє значення, перетворюючись у виплати, що слабо пов'язані з кількістю і якістю праці. Проте, як зазначають автори [5] «розподіл за вартістю (ціною) робочої сили не може не передбачати використання елементів розподілу за працею, якщо під останнім розуміти формування ціни робочої сили з обов'язковим урахуванням таких чинників, як кількість, якість і результати праці» [5, с.108].

Підсумовуючи вище викладене, слід зазначити, що низька ефективність стимулювання праці, зумовлена як економічними так і соціально-психологічними чинниками, призводить до погіршення якості людського капіталу та перспектив формування і використання конкурентоспроможної робочої сили в найближчому майбутньому. Заробітна плата, яка на сьогодні для більшості найманих працівників втрачає відтворювальну, мотиваційну та стимулюючу функції, знецінює трудові орієнтації на зростання продуктивності праці та стає головним чинником демотивації. Окрім вирішення проблем, пов'язаних з низьким рівнем кваліфікаційної та компенсаційної складових у системі матеріального стимулювання, і низьким рівнем всіх складових у системі нематеріального стимулювання, є необхідність створення на підприємстві умов для професійного зростання працівників, підвищення духовного і культурного розвитку, самореалізації. Перспектива кар'єри спонукатиме працівника до активного прояву особистісних якостей, підвищення професіоналізму, саморозвитку, ініціативності і наполегливості у виконанні посадових обов'язків реалізації стратегічної

відповідальності персоналу підприємства корпоративним інтересам та поліпшенні чинників людського розвитку.

#### Список використаних джерел:

1. Забаштанський М.М., Сирбу І.М. Концептуальні засади стимулювання праці персоналу підприємства. Проблеми і перспективи економіки та управління. Чернівці, 2016. № 1(5). С.45–52.
2. Конвенція про статистику праці № 160 від 25.06.1985 р. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993\\_055](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_055) (дата звернення: 23.10.2019).
3. Витрати на робочу силу в Україні та ЄС. Економічний дискусійний клуб. URL: <http://edclub.com.ua/analitika/vytraty-na-robochu-sylu-v-ukrayini-ta-yevropeyskomu-soyuzi> (дата звернення: 23.10.2019).
4. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.org.ua> (дата звернення 23.10.2019).
5. Семікіна О. В., Коваленко Т. В. Сутність заробітної плати в умовах сучасної економіки. Економіка і маркетинг в XXI сторіччі: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Донецьк, 19-21 трав. 2006 р.). Донецьк, 2006. С. 108–109.

**Павлова С.В.**, к.е.н.  
Волинський інститут  
економіки та менеджменту

### **ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПІДПРИЄМСТВ З КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ**

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це відповідальність підприємства за опосередкований та прямий вплив на економічну, екологічну та соціальну системи, в яких воно працює. Для нашої країни КСВ є поняттям досить новим та мало застосовуваним, воно більше адаптоване для закордонних підприємств. Тому розвиток КСВ в Україні проходить досить по іншому [1].

Основними перевагами підприємства які використовують корпоративну соціальну відповідальність є:

1. Працівники виконують свої обов'язки більш відповідально та почувають себе більш захищеними перед роботодавцем;
2. Постачальники та покупці більш зацікавлені у співпраці тому що асоціюють свою репутацію з репутацією партнера тому часто приймають участь в різних заходах;
3. Місцева влада та контролюючі органи, інвестори з більшою довірою ставляться до таких підприємств.

Недоліками підприємств з КСВ є:

1. Благодійна діяльність яка відбувається в рамках КСВ чітко повинна бути прописана в Кодексі корпоративного управління підприємства;
2. Створення відповідної бухгалтерської та фінансової звітності для відображення результатів проведеної роботи;
3. Затрати на робочу силу або створення відповідного відділу КСВ та інші.

КСВ вперше почали використовувати за Заході. Основну увагу компанії приділяли усуненню екологічних криз та аварій, наприклад забрудненню ртуттю в

Затоці Мінамата (Японія), витоку діоксину в Севесо (Італія), розливу нафти корпорацією Амоко Кадіс (Франція), ядерній аварії в Гаррісбурзі (США). У відповідь на екологічні катастрофи з'явилися нові інституції із охорони навколишнього середовища і консервації природи, а також була створена нова законодавча база. Головним завданням була потреба в ознайомленні з кількістю екологічних законів, що стрімко зростала, та мінімізація витрат на впровадження екологічних норм на підприємствах. Більш активна КСВ. Що вимагає дотримання правил та повного використання бізнес-можливостей. Розроблено нормативно-правову базу, що дає більш свободи для компаній щодо внутрішньої екологічної політики та правових норм. Закони і правила які раніше були зосереджені на одному елементі довкілля, розширили вектор своєї дії. Стали впроваджувати економічні елементи, такі як торгівля відходами та викидами. Екологічні стандарти засновані на результатах, ніж існуючих технологіях.

В Україні КСВ займаються представництва іноземних так вітчизняних великих підприємств. До прикладу можна навести досвід наступних підприємств: «Нова Пошта», «Оболонь», «Київстар», «Українські мобільні системи» та інші.

Найчастіше КСВ має досить обмежений фокус (наприклад, лише сфера освіти, здоровий спосіб життя чи охорона природи) відповідно до внутрішньої політики та розпоряджень із керівництва. КСВ має дещо епізодичний характер і частіше за все представляється як благодійна акція, чи одnodенна подія, а це є досить не правильно тому що КСВ має прослідковуватися постійно та бути закладена в бізнес-стратегію підприємства.

Deutsche Post DHL або DHL — міжнародна логістична компанія, яка має більше 600 тисяч працівників у більш ніж 220 країнах світу та дохід більше 75 млрд євро в 2018 році. Компанія має три внутрішні програми в межах КСВ компанії:

- Go Green — включає в себе широкий спектр заходів та ініціатив: від ведення аудиту викидів парникових газів до складання і оприлюднення звіту про викиди парникових газів (ПГ), внутрішнього природоохоронного менеджменту та дій з ощадливого використання природних ресурсів, просвітницької роботи із інформування і створення екоощадливої культури праці робітників та інше. Одним із прикладів дій з ощадливого використання природних ресурсів є те, що інфраструктура будівлі головного центру європейського регіону дозволяє збір дощової води з даху будівлі. Ця вода потім використовується в технічних цілях сантехнічної системи, що значно скорочує затрати води багатьох тисяч працівників у будівлі;

- Go Teach — передбачає соціальні ініціативи компанії із покращення можливості для навчання та можливість працевлаштування молоді, особливо тих, хто перебуває на соціально-економічному рівні. Сайт DHL говорить: «У сучасному світі, який швидко змінюється, освіта сприяє підвищенню стабільності та процвітання — як для людей, так і для суспільства та ринків»;

- Go Help — передбачає дії із ліквідації наслідків стихійних лих. Так, маючи знання про регіони та їхню інфраструктуру, маршрути та особливості транспортних систем у світі, компанія бере на себе відповідальність щоразу



впоратись із викликом та допомогти населенню і своїм працівникам у разі лиха [3].

Поширеною є КСВ-практика партнерства підприємств із неприбутковими організаціями (НПО). Корпорації встановлюють з НПО стратегічне партнерство. Благодійні пожертвування корпорацій уже не сприймаються як достатній внесок до сталого розвитку КСВ. В результаті цього все частіше розробляються продукти, програми та проекти у співпраці із НПО. Так, для прикладу українські підприємства можуть встановити співпрацю із WWF (World Wildlife Fund) та Greenpeace в Україні, НЕЦУ та іншими НПО [2, с.36-38].

Корпоративну соціальну відповідальність слід починати з наступних етапів:

1. Потрібно залучити менеджмент та заручитися його підтримкою. Керівництво, що зацікавлене у впровадженні КСВ, — це вже половина успіху. Зрештою будь-які заходи із КСВ вимагатимуть інвестицій — фінансів, ресурсів, робітників тощо. Тому схвалення керівництва і підтримка у втіленні намірів — запорука результативності ваших дій.

2. Окреслити бюджет, який ваше підприємство може виділити на заходи із КСВ. Це, своєю чергою, допоможе чітко усвідомити масштаб дій. Так, впровадження проекту із встановлення вітрових електростанцій для «відшкодування» викидів парникових газів чи встановлення урн для роздільного збору сміття та його вивіз вимагають витрат різного порядку. Ваші дії із впровадження КСВ можуть і не вимагати фінансових витрат. Так, відмова від поїздок (машиною) на бізнес-зустрічі та перехід до практики скайп- чи конференц-дзвінків дозволить скоротити CO<sub>2</sub>.

3. Слід визначитись із цілями, яких ви хочете досягти. Їх перелік та пріоритет різняться від компанії до компанії. Ви можете бажати отримати певні нагороди чи відзнаки (наприклад, «Кращий роботодавець року») або підняти рівень професійної кваліфікації працівників та їх задоволеність працею (наприклад, за потреби забезпечити робітників формою, спецвзуттям тощо, проводити щомісячні тренінги для робітників, потім відкрити окрему групу для дошкільнят працівників на базі підприємства і т. д.).

Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні це основний чинник формування корпоративної стратегії, що являє собою сферу діяльності корпоративних структур, пов'язану з добровільно узятими на себе соціальними зобов'язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому.

Отже при формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні: - включати стратегічні заходи КСВ в стратегію корпоративного розвитку, започаткувавши стандарти звітності у своїй програмі соціально відповідального ставлення підприємства у майбутньому з урахуванням принципів соціальної відповідальності; - впроваджувати політику відповідального ставлення організації до своїх найманих працівників, підтримувати та розвивати позицію активного громадянства, навчати персонал соціальній відповідальності на рівні з іншими бізнес - цілями, в системі оцінки персоналу ввести компетенцію

«корпоративна соціальна відповідальність працівника»; - започаткувати діалог із групами впливу як інструмент отримання інформації щодо оптимізації соціальних програм та мінімізації ризиків підприємства. Виховувати соціальну відповідальність всіх груп впливу, як з боку бізнесу, так і зацікавлених сторін поза бізнесом;- створити спеціалізовані підрозділи (для великих за розміром та масштабом діяльності підприємств), до компетенції яких було б віднесений напрям діяльності з управління КСВ, або, якщо це не є можливим (йдеться про малий бізнес), уведення окремої посади (функції), відповідальної виключно за адміністрування цієї діяльності; - впровадити принципи корпоративної соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування;- збільшити бюджети організацій на заходи з КСВ.

**Список використаних джерел:**

1. J. Smith America's most inspiring companies / [Електронний ресурс]. – Доступно з: <http://www.forbes.com/sites/jacquelynsmith/2018/10/01/americasmost-inspiring-companies-2018/>.
2. Денис О.Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика // Вісник університету банківської справи Національного Банку України. – 2015. – №2(8). – с.36-38.
3. <https://www.morningstar.com>

**Павлишина К. І.**, студентка

**Хмурова В. В.**, к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ, Україна

### **ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ**

В період інформаційної цивілізації та високотехнологічного світу постає питання оцифрування економіки.

Цифрова економіка – це форма прояву виробництва товарів та послуг, в яких домінують цифрові технології, а торгівля відбувається за допомогою електронних засобів.

Важливим кроком у контексті даної проблеми в Україні є розробка різних концепцій та стратегій розвитку інновацій в економіці.

Тому, 17 січня 2018 року Кабінетом Міністрів України було затверджено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Також, був призначений державний орган з питань електронного урядування – «Державне агентство з питань електронного урядування». А починаючи з 5 липня 2018 року Координаційна рада з розвитку цифрової економіки почала свою роботу. [1]

Документ щодо трансформації економіки України розроблений спільно з провідними експертами ІТ-сфери передбачає перехід від сировинного типу економіки до високотехнологічних виробництв та ефективних процесів а допомогою ІТ-технологій та комунікацій.

Основними сферами, на які звернуть увагу першочергово:

- Розвиток цифрової інфраструктури – широкопasmовий інтернет (ШСД) має бути по всій території України.

▪ Цифровізація освітніх процесів та стимулювання цифрових трансформацій у системі освіти, медицині, екології, безготівкової економіки, інфраструктурі, транспорті, громадській безпеці.

На сьогоднішній день 35% сільського населення взагалі не мають доступу до широкопasmового інтернету. Попри це, середня швидкість інтернету в Україні становить 47,72 Мбіт/с, що є 52-ю позицією в Глобальному Рейтингу Швидкості Інтернету (Speedtest Global Index) серед 176 країн. Зі швидкістю мобільного інтернету результати дещо гірші – 87-ма позиція серед 145 країн світу (21,26 Мбіт/с).[2]

Ще одним кроком до змін стало створення нового міністерства – Міністерства цифрової трансформації України, що було створене на основі реформування «Державного агентства з питань електронного урядування». Цілями новоствореного міністерства є збільшення частки ІТ у ВВП країни до 10%, підключення 100% населених пунктів до інтернет-мережі, переведення в онлайн 100 публічних послуг, тобто створення «держави у смартфоні». Ще однією метою, яка забезпечить виконання представлених планів, є залучення 6 мільйонів українців для навчання базових «цифрових навичок», з яких 70% це люди віком від 30 до 60 років, які «відстають» у володінні сучасними технологіями».

Щодо цифровізації бізнесу, то Україна вже має досягнення. Частка інтернет-продажів складає 4% від загального, хоча і загальносвітовий рівень - 16%, українські бізнесмени зробили старт. Змінився і наш рекламний ринок, ще на початку 2000-х головним рекламним каналом було ТБ, а вже в 2017 році витрати компаній на інтерне-рекламу перевищили витрати на ТБ і зовнішню рекламу.[3]

Є і негативні фактори впливу на цифрову трансформацію. Держава не стимулює підприємців змінювати бізнес-процеси, та вони й не є пріоритетом самих бізнесменів. Підприємства орієнтовані на збільшення прибутку і продажів, а от перспектива трансформації набагато тривала і затратна. Але є і винятки.

Державна митна служба вже на порозі цифрової трансформації. Стратегія цифрового перетворення митниці з'явиться вже до кінця 2019 року. Є три найважливіші місця контролю:

1. Обмін даними з міжнародними партнерами
2. Фізичний контроль на кордоні.
3. Аналіз статистичної інформації, який покаже, що відбувається в сфері експорту/імпорту як на рівні всієї країни так і на рівні конкретного митного посту.[3]

Отже, цифровізація економіки має ряд переваг. Так як товари віртуальні, можна скоротити витрати на транспортування, інтернет забезпечить миттєву доставку. Діджиталізація всього процесу в бізнесі принесе свої плоди, але потрібно для цього докласти зусиль. Основним є те, що цифровізація України не повинна бути точковою, тільки завдяки глобалізації цього процесу можна отримати результат.

### **Список використаних джерел:**

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації/ Розпорядження № 67-р від 17 січня 2018 року/Київ
2. Speedtest Global Index/Інтернет джерело: <https://www.speedtest.net/global-index>
- 3.Цифровізація бізнесу: як Україні встигнути за світовими брендами/ Інтернет джерело: <https://www.epravda.com.ua>

**Підлужна О.Б.**, к.геогр.н.,  
доцент кафедри економіки підприємства  
Відокремлений підрозділ Національного  
університету біоресурсів і природокористування  
України «Бережанський агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

### **ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ РЕГІОНУ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

З інтеграцією України у світовий економічний простір та виходом на міжнародний ринок туристичних послуг посилюється боротьба між суб'єктами господарювання, які пропонують туристичні послуги. Щоб забезпечити успіх на ринку, туристичне підприємство як і будь-яке інше, повинно прагнути до підвищення якості обслуговування, підвищення продуктивності праці, удосконалення форм організації обслуговування споживачів та помірність цін.

З метою прискорення темпів розвитку та зростання ефективності підприємств туристичної сфери, надання цій сфері пріоритетності, необхідно вирішити проблеми, які потребують невідкладної державної підтримки та регулювання.

Основними факторами, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні є:

- нестабільність політичної ситуації в країні та наявність військового конфлікту на Сході;
- недоліки регіонального регулювання галузі туризму;
- недостатність рекламної інформації щодо України за кордоном;
- велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму;
- недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери;
- невелика кількість готелів, які відповідають світовим стандартам.

Однією з головних перешкод ефективного розвитку туристичної галузі в Україні протягом останніх років залишається слабка туристична інфраструктура [2].

Також важливою проблемою є технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинених країнах стали повсякденними: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів з переліком і зазначенням вартості послуг, які ними надаються. Однак останнім часом в сфері інформаційних технологій України спостерігається значне пошквдження, тому слід активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів [3].

Туристична галузь набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери у Тернопільській області. Необхідно відзначити що Тернопільщина є однією з найбагатших областей в Україні на пам'ятки історії, культури і старовини. Значним є рекреаційний ресурс краю в якого входять не лише сприятливі природно-кліматичні умови, а і потужні запаси мінеральних вод, лікувальні болота, торфи, синя глина інше що створює передумови для розвитку туріндустрії, при тому.

Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, екскурсійної діяльності має тенденцію до перетворення у важливий чинник підвищення якості життя в області, створення додаткових робочих місць, наповнення місцевого бюджету та підвищення авторитету області як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичних ринках.

Протягом останніх років на Тернопільщині спостерігається позитивна тенденція до збільшення кількості обслугованих туристів і у зв'язку з цим зростання обсягів наданих туристичних послуг і платежів до бюджету.

Справді, історико-культурна спадщина, природні та людські ресурси, на які багатий Тернопільський край є сприятливими умовами для розвитку туристичної індустрії. Проте, цей потенціал не використовується туристами в достатній мірі, оскільки матеріально-технічна база туристично-рекреаційних об'єктів не відповідає сучасним вимогам і потребує значних капіталовкладень для переоснащення та модернізації. Перешкодами на шляху до перетворення туристичної сфери області у сучасну галузь економіки є: недостатній розвиток туристичної інфраструктури, зокрема, реконструкція та будівництво закладів розміщення туристів різних стандартів, відсутність індустрії відпочинку та розваг (за винятком м. Тернополя), не облаштовані місця короткочасного відпочинку туристів, незадовільний стан доріг, відсутність під'їздів до багатьох популярних туристичних об'єктів; незадовільний стан більшості пам'яток культурної спадщини, не розроблені дієві програми їх збереження та пристосування для потреб туристів; недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами, неефективна діяльність відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки територій для розвитку рекреаційного бізнесу; не існує взаємодії місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку рекреації у регіоні; відсутність системного рекламного та інформаційного забезпечення, а також лобювання потреб області на державному рівні. На заваді стоїть відсутність повноцінної регіональної політики розвитку туризму. Вкрай недостатньо використовується потенціал розвитку туризму в сільській місцевості як одного із чинників зменшення безробіття в селах. Низьким є рівень забезпеченості автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою [1].

З огляду на зазначені обставини виникає невідкладна потреба у розробленні організаційно-економічного механізму програмної активізації туристичної діяльності на інноваційно-логістичних засадах. Тобто розробки комплексної програми, яка повинна стати концептуальною базою довгострокового розвитку туризму в області як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного та духовного виховання жителів та гостей області.

### **Список використаних джерел:**

1. Андрушків Б.М., Стойко І.І., Мельник Л.М. Перспективи і механізм активізації розвитку туризму Тернопільщини (методи програмування туристичної діяльності як засіб її активізації). [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.455.1413&rep=rep1&type=pdf#page=9>
2. Гордієнко В. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни [Електронний ресурс] // XIII Міжнародний економічний форум. 2013. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/gordienko.pdf](http://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf).
3. Рябкова Т.А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4\\_2018/51.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/51.pdf)

**Подлевська А.А., студентка**

**Медведєв А.А., студент**

**Науковий керівник: Подлевська О.М.,**

**к.е.н., доцент Національний університет водного**

**господарства та природокористування**

**м. Рівне, Україна**

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СУТІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА АСПЕКТИ ЇЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Постійний пошук нових шляхів здобування прибутку призвів до того, що успіх економіки в цілому став багато в чому залежати від нестандартності бізнесу, а також його здатності реагувати на швидко мінливе економічне середовище.

Креативна економіка стала одним з найважливіших напрямків інноваційного розвитку. Термін «креативність» може бути пояснений як творчий підхід до чого-небудь із залученням нових, раніше не використаних ідей.

У всьому світі про "креативну" економіку" говориться як про важливу і зростаючу частину глобальної економіки. Але орієнтовно двадцять років тому терміну "креативна економіка" і "творчі галузі" навіть не існувало. Звідки вони прийшли?

Джон Хокінс [1] вперше опублікував свої ідеї про творчість та інновації в 2001 році в своїй книзі "Творча економіка: як люди заробляють гроші з ідей". За словами Хокінса, термін "креативна економіка" відноситься до соціально-економічного потенціалу діяльності, яка торкається творчості, знань та інформації.

В основі творчої економіки лежать галузі, які знаходяться на перехресті мистецтва, культури, бізнесу та технологій, включаючи рекламу, архітектуру, мистецтво, дизайн, моду, кіно, відео, фотографії, музику, виконавську діяльність, видавничу діяльність, дослідження та розробки, програмне забезпечення, комп'ютерні ігри, електронне видання та телебачення, радіо.

Культурна індустрія тим часом зосереджується на зеленому туризмі, та спадщині, музеях та бібліотеках, хобі, спортивних заходах та заняттях на природі. Разом вони складають допоміжні підрозділи творчих галузей. Враховуючи, що креативні галузі забезпечують фінансову цінність, культурні індустрії набувають соціальної та емоційної цінності.

Насправді, "культурна індустрія" така ж стара, як людське суспільство.

Цифрові медіа та сотні тисяч творчих підприємств, які стали можливими завдяки цифровим технологіям, безумовно нові. Адже багато товарів та послуг в усьому світі стають все більш витонченими, намагаючись відповідати більш складним вимогам ринку. Бажання створювати речі, цінність яких не є чисто практичною – гарні речі; які здійснюють зв'язок культурних цінностей за допомогою музики, театру, розваг та образотворчого мистецтва; які взаємодіють через соціальну позицію стилю і моди - ці бажання так само старі, як людське суспільство.

Завжди були і завжди будуть люди з уявою і талантом, які можуть робити такі речі. І завжди будуть люди, які готові заплатити їм за цю роботу. Це і є основою творчої економіки, одним з коренів сучасної «креативної економіки».

Коли стародавні культурні традиції та культурна індустрія - проектування, виготовлення, оздоблення та виконання - переплелись разом з більш широким спектром сучасних видів економічної діяльності - рекламою, дизайном, модою і сучасними засобами зображення - і, що ще більш важливо, почали отримувати значно більшу підтримку завдяки цифровим технологіям - це і був момент, коли "творча економіка" була по-справжньому започаткована.

Тривала і складна культурна спадщина це саме те, що ризнить креативну економіку від будь-якого іншого сектора економіки. В значній частині людської історії культурна діяльність взагалі не розглядалася як частина економіки. Це було тим, чим більшість людей займалися в перервах від основної діяльності але не замість неї. Навіть сьогодні творчі індустрії, як і раніше є в більшості випадках культурними проявами, а не економічними цінностями.

На додаток до їх "обмінної цінності" (тобто рівень цін на ринку на товари та послуги) та їх "функціональної цінності" (визначається їх використанням у реальному житті), більшість продуктів та послуг творчих галузей мають "виразну цінність", міру їх культурного значення, що в принципі має незначне відношення до того, скільки було витрачено на їх виготовлення або наскільки вони корисні - наприклад, модна сумочка, музичний хіт, успішний бренд, релігійна ікона чи дизайнерська концепція прориву.

Немає унікального визначення "креативна економіка". Це суб'єктивна концепція що все ще формується. Існує, однак, зростаюча конвергенція по основній групі видів діяльності і їх взаємодії як в індивідуальних країнах та на міжнародному рівні.

У доповіді прийнятою UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) [4] визначення "креативна економіка", резюмується наступним чином:

- креативна економіка є економікою, що розвивається, концепція що заснована на творчих активах потенційно породжує економічне зростання і розвиток;
- сприяє формуванню доходів, створення робочих місць та збільшенню експорту, одночасно сприяючи соціальній інтеграції, культурному розмаїттю та людському розвитку;
- охоплює економічні, культурні та соціальні аспекти взаємодії з технологіями, інтелектуальною власністю та цілями туризму;

- це сукупність знань на основі економічної діяльності з аспектами розвитку і наскрізного зв'язку на макро- і мікро рівнів з економікою в цілому;
- є можливим варіантом розвитку, що вимагає проведення новаторських міждисциплінарних політичних заходів та міжміністерських заходів;
- в основі творчої економіки лежать творчі галузі.

Виходячи з вищевикладених тлумачень, під креативною економікою можливо розуміти сукупність специфічних соціально-економічних відносин, що виникають із приводу виробництва, розподілу, обміну й споживання, заснованих на нестандартних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях, заходах, що забезпечують ефективно вирішення соціально-економічних проблем на основі нових знань, принципово якісно нових рішень.

Креативні рішення в економіці – це результат творчих нестандартних підходів у прийнятті управлінських рішень.

Креативні рішення в економіці проявляються, насамперед, у найвищій результативності вирішення соціально-економічних проблем і високої ефективності соціально-економічної діяльності.

У перспективі в умовах креативної економіки значно зростає частка креативно-інтелектуальних витрат. За даними експертів організації «Міжнародне аналітичне бюро», професійний портрет менеджера в умовах креативної економіки повинен характеризуватися наступними параметрами:

- високий рівень креативно-інтелектуальної підготовки;
- володіння аналітичним і прогностичним нестандартним мисленням;
- уміння виявляти суть проблем, що не лежать на поверхні й адекватно оцінювати можливості їх вирішення;
- мати високий рівень професійної підготовки й гідну вищу освіту;
- володіти сучасними інструментами й методами (включаючи інформаційно комунікаційні);
- мати високий рівень комунікабельності;
- успішно володіти інструментарієм соціально-психологічного управління людьми в умовах креативної економіки та ін.

Креативна економіка ґрунтується на методології прийняття нестандартних, оригінальних і нетрадиційних управлінських рішеннях, як з метою стратегічного розвитку, так і подолання постійно виникаючих надзвичайних і кризових ситуацій, коли потрібно здійснити пошук і реалізацію принципово нових шляхів виживання, просування вперед, досягнення конкурентоспроможності організації на ринку й, в остаточному підсумку, забезпечення успіху в конкурентній боротьбі.

На етапі становлення інноваційної економіки все більшою мірою виникає потреба в розробці нових теоретичних, методологічних, методичних і практичних методів і підходів активізації, раціонального й ефективного використання креативно-інтелектуального людського потенціалу як головного джерела, стратегічного інструмента ефективного використання головної продуктивної сили людини в постіндустріальному суспільстві.



### **Список використаних джерел:**

1. Хокинс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 355 с.
3. Степанов А.А., Савина М.В. и др. Человеческие ресурсы в креативной экономике (международная коллективная монография). – М.: 11 формат 2014. – 239 с. 4. НЛП: Управление креативностью / Р. Дилтс – СПб.: Питер, 2003. – С. 51-54.
4. The Creative Economy: an introductory Guide by John Newbigin. British Council's Creative And Cultural Economy Series / Published by the British Council 10 Spring Gardens, London SW1A 2BN, England [www.britishcouncil.org](http://www.britishcouncil.org)

**Подлевський А. А.**, к.е. н., доцент  
**Стасюк Л. М.**, студентка  
Національний університет водного  
господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна

## **РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ ТНК У ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ**

На сучасному етапі розвитку інновації займають ключову роль у будь-якій сфері діяльності. Оскільки, вона забезпечує конкурентоспроможний розвиток виробництва, підвищення його ефективності та якості. Жодна корпорація не зацікавлена вкладати кошти в застарілі технології та об'єкти. Основним напрямком інноваційної діяльності є виробництво, розвиток якого врешті решт і є тою рушійною силою, яка долає економічні кризи і оздоровлює економіку як окремих корпорацій, так і національних економік в цілому.

Транснаціональні корпорації (ТНК) відіграють вирішальну роль у перетворенні світової економічної системи в єдине і взаємозв'язане ціле, що здійснюється у формі іноземної інвестиційної діяльності. Вони діють у різноманітному міжнародному фінансовому середовищі і мають переваги перед компаніями, що діють в одній країні.

Сучасні стратегії і механізми фінансування інноваційної діяльності ТНК досліджували у своїх роботах провідні зарубіжні фахівці В.Аньшин, Дж.Брайт, Дж.Даннінг та ін. У національному науковому середовищі даним питанням займалися такі автори Л.Антонюк, В.Вергун, Т.Майорова, О.Мозговий, А.Нікіфорова, В.Новицький, Т.Орехова, Є.Панченко, Ю.Пахомов, Ю.Полякова, А.Поручник, О.Рогач.

Не зважаючи на значну кількість наукових робіт присвячених даній тематиці, питання, пов'язані з діяльністю ТНК, є актуальним для дослідження, адже ще недостатньо розкритою залишається проблема впливу інвестиційної діяльності ТНК на розвиток інноваційного сектору економіки України.

Україна активно інтегрується до світових економічних інституцій. Разом з цим, національна економіка зазнає впливу зовнішнього середовища, в тому числі й з боку транснаціональних корпорацій. Про їх взаємозв'язок свідчить динаміка

руху прямих іноземних інвестицій, що є основним показником ролі ТНК в інноваційному розвитку України.

За даними Державної служби статистики України в 2013 році іноземні інвестиції інноваційної діяльності становили 1 253,2 млн. грн. Які вже у 2014 році різко скоротилися майже у 9 разів, що було викликано трагічними подіями в країні і наступним їх спадом. Аж поки в 2016 році частка іноземних інвестицій не складала всього 0,1 % від загального фінансування інноваційної діяльності в Україні. Однак у 2017 році цей показник почав поступово зростати і становив вже 107,8 млн. грн., що в 4,5 рази більше ніж у 2016 році [1].

З цього можна зробити висновок, що іноземні інвестори все ж не проти співпрацювати з нашою країною, але нестабільна ситуація в країні та недосконала податкова система відбивають все бажання. Тому це призводить до того, що все ж основна частка фінансування інноваційної діяльності припадає на власні кошти підприємств, які становлять на даний час майже 84,5% від загальної кількості інвестицій.

На підвищення ефективності залучення прямих іноземних інвестицій впливає комплекс чинників, що формують інвестиційний клімат приймаючої країни. Основними з них є:

- стабільна політична і макроекономічна ситуація в країні;
- відкритість національної економіки;
- ємність внутрішнього ринку;
- наявність адекватної ринкової інфраструктури та комунікацій;
- кваліфікована робоча сила;
- передбачуване й ефективне організаційне та правове середовище.

Ключову роль у стимулюванні та залученні ПІІ для інноваційного розвитку повинна відігравати держава. ПІІ позитивно впливають на економіку приймаючої країни тільки при наявності чіткої державної програми взаємодії з іноземними інвесторами та грамотної політики залучення і використання іноземних інвестицій.

Дуже важливою для формування інноваційної економіки є галузева структура іноземних інвестицій, яка значною мірою визначає розвиток нових техніки та технологій, людського капіталу, доступ національних виробників до світових ринків [2].

На залученні прямих іноземних інвестицій в інноваційний розвиток економіки нашої країни несприятливо позначаються:

- нестабільна політична і економічна ситуація;
- монополізованість ринку, обмеження допуску іноземних інвесторів у більшість галузей високотехнологічного сектору української економіки;
- недосконалість законодавчої бази між державою та іноземним інвестором;
- вади митного законодавства;

- недостатня захищеність іноземних інвестицій, прав власності;
  - недосконалість системи податкового стимулювання;
  - перевищення повноважень державних чиновників і високий рівень корупції;
  - уповільнення розвитку виробничої бази;
  - зменшення споживчого ринку;
  - нерозвиненість структур, діяльність яких спрямована на залучення
- III;
- недостатня підтримка державою розвитку високотехнологічних галузей;
  - відсутність ефективної системи заходів, що стимулюють приплив іноземних інвестицій в економіку України;
  - недостатній рівень внутрішнього попиту на інноваційну продукцію, невисока конкурентоспроможність української високотехнологічної продукції на світовому ринку [3].

Щоб підвищити ступінь економічної свободи і тим самим залучити значний обсяг не тільки іноземного капіталу, а й національного, який щороку відтікає за кордон, необхідно кардинально переглянути торгівельну політику, податкові навантаження, грошову політику шляхом зниження інфляції, банківський та фінансовий сектор, систему захисту власності, державного регулювання (спрощення процедур ліцензування та реєстрації бізнесу, зниження корумпованості). Активізація інвестиційного процесу і збільшення обсягів капіталовкладень, в тому числі за рахунок припливу іноземного капіталу, для забезпечення зростання та конкурентоспроможності країни передбачає вирівнювання норм рентабельності між сировинними та переробними секторами економіки; зниження податкового навантаження на основні галузі економіки, які здатні підвищити рейтинг країни на світовому ринку [4].

Таким чином можна зробити висновок про те, що сучасна ситуація у економічному секторі України характеризується дефіцитом інвестиційних ресурсів, неефективною амортизаційною політикою, нерозвиненістю ринку капіталів, і, як наслідок, обмеженням можливостей для подальшого розвитку. Наведені недоліки зменшують потенційні можливості впровадження інноваційних проектів та гальмують здійснення інноваційної діяльності економіки в цілому. Тому найкращим варіантом є залучення іноземних інвестицій з боку транснаціональних корпорацій. Національним підприємствам варто співпрацювати з іноземними ТНК та використовувати переваги залучення іноземних інвестицій.

#### ***Список використаної літератури:***

1. Інноваційна діяльність в Україні [Електронний ресурс]/ Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Кадеєва І.В. Прямі іноземні інвестиції як фактор становлення інноваційної економіки в Україні / І.В.Кадеєва //Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С.Сковороди. «Економіка». – 2014. – Вип. 14. – С.193-199.
3. Левицький О. В. Прямі іноземні інвестиції як джерело активізації інноваційної діяльності в національній економіці /О. В. Левицький//Економічний форум. – 2016. - №4. – С. 31-36

4. Міщук О.В. Прямі іноземні інвестиції у забезпеченні інноваційного розвитку економіки України / О.В.Міщук //Інноваційна економіка. – 2013. – № 7. – С. 242-245.

**Полінкевич О.М.,** д.е.н., проф.  
**Романюк А.Ю.,** студентка 6 курсу спец. 076  
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

**СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ ДОХОДІВ  
ПІДПРИЄМСТВ**

В сучасних умовах важливим є підхід до діагностики доходів підприємства через низку показників. Окремі дослідники пропонують різний набір показників, що інколи, утруднює аналіз. Найбільш популярним серед підходів є збалансована система показників, яка використовується у працях дослідників [1].

В економічній літературі є різні показники, за допомогою яких оцінюються доходи підприємства. Найвідомішими з них є:

1) 1919 р. – система показників Du Pont. Розроблена компанією «EIDu Pont de Nemours & Co». Підпорядкована фінансовій цільовій моделі максимізації прибутку. Ключовий показник рентабельність інвестованого капіталу (ROI), який формується рентабельністю реалізації та швидкістю обороту інвестованого капіталу;

2) 1958 р. – система показників Pyramid Structure of Ratios. Розроблена співробітниками Британського інституту менеджменту Г. Інгамом і Л. Т. Харрінгтоном. Ключовим показником є рентабельність активів (Operating Profit Assets Employed, ОРАЕ). Складається тільки із відносних показників, які розподіляються на основні, допоміжні та пояснювальні елементи;

3) 1969 р. – система показників ZVEI. Розроблена у Німеччині Центральною спілкою електротехнічної промисловості. Ключовий показник - рентабельність власного капіталу (Return On Equity, ROE). Складається з двох блоків: аналізу зростання та структурного аналізу. Серед основних показників аналізу зростання виділяють: обсяг замовлень та продажу, додану вартість, чисельність персоналу, тощо. Структурний аналіз виходить із показників результативності та ризику;

4) 1976 р. – система показників RL. Розроблена у Німеччині Т. Райхманом и Л. Лахнитом. Основними аналітичними проєкціями є ліквідність та прибутковість. Складається з двох частин - загальної та спеціальної. Загальна спрямована на результат господарської діяльності, який складається із результатів виробничої та фінансової діяльності. Спеціальна частина використовується для поглибленого аналізу факторів, що впливають на рентабельність та ліквідність з урахуванням галузевої специфіки та структурних особливостей підприємства;

5) початок 90-х рр. XX ст. – система VBM-показників. Базується на концепції економічного прибутку. Основними аналітичними проєкціями є ризик, ліквідність, доходність. Передбачає визначення діапазону критичних значень доходності капіталу та реалізації. Використовується на операційному,

фінансовому та стратегічному рівнях управління. Складається з абсолютних та відносних показників.

6) 90-ті рр. – Збалансована Система Показників (ЗСП, Balanced Scorecard, BSC), розроблена професорами Гарвардського університету Робертом Капланом та Девідом Нортоном є найбільш ефективною та широко використовуваною в усьому світі комерційними, державними, промисловими та некомерційними компаніями концепцією реалізації стратегії компанії завдяки її декомпозиції на рівень операційного управління контролю на основі Ключових Показників Ефективності (Key Performance Indicators, KPI). В Збалансованій Системі Показників (ЗСП) слід розрізняти показники, що вимірюють досягнення цілей (безпосередньо KPI), і показники, які відображають процеси, що забезпечують досягнення цих цілей (оперативні показники).

7) кінець 30-х років ХХ ст. – система Tableau de bord, яка сформульована французьким вченим Ж. Л. Мало. Починаючи з середини минулого століття крупні підприємства почали все частіше використовувати немонетарні показники для оцінювання сукупних результатів діяльності підприємств;

Система оцінювання доходів підприємства:

1) складається із сукупності взаємопов'язаних показників; відображає різні аспекти діяльності підприємств та забезпечує моніторинг результатів роботи на різних ієрархічних рівнях управління;

2) забезпечує якомога більшу кількість зацікавлених осіб аналітичною інформацією щодо отримання результатів та рівня досягнення поставлених цілей підприємств; сприяє процесу прийняття та реалізації господарських та управлінських рішень на різних ієрархічних та функціональних рівнях управління.

Основними критеріями, що характеризують сучасні системи вимірювання доходів підприємств є:

1) глибина деталізації та широта охоплення всіх сфер діяльності підприємства;

2) зрозумілість та простота впровадження і реалізації;

3) відповідність стратегії підприємства;

4) збалансованість;

5) орієнтованість на процеси;

6) орієнтація на стейкхолдерів;

7) динамічна адаптивність;

8) забезпечення реалізації стратегії підприємства;

9) наявність причинно-наслідкових зв'язків.

Фундаментальною основою формування найбільш успішних моделей є збалансований підхід до побудови бізнес-аналітики та управління, орієнтованість на забезпечення інтересів ключових стейкхолдерів та врахування якомога більшої кількості аспектів діяльності підприємства. У такій постановці пояснюється актуальність та популярність концепції BSC, яка базується на вимірюванні та оцінці результатів на основі набору показників, що відображають усі аспекти діяльності підприємства та сприяє посиленню управлінської функції.

*Список використаних джерел:*

1. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 416 с.

**Попова А. О.**, пошукувач  
**Науковий керівник: Метеленко Н. Г.**,  
д.е.н., професор, Інженерний інститут  
Запорізького національного університету,  
м. Запоріжжя, Україна

## **НАУКОЄМНІСТЬ ВВП УКРАЇНИ: ОЦІНКА У ПОРІВНЯННІ З ПОКАЗНИКАМИ ВИСОКОРОЗВИНУТИХ КРАЇН СВІТУ**

Витрати на проведення наукових та науково-технічних робіт, як частка ВВП (наукоємність ВВП), в Україні є дуже низькими. В останні роки наукоємність ВВП становила лише від 0,76% у 2013 р. до 0,48% у 2016 р. [1].

Цей показник є нижчим за середнє значення наукоємності ВВП у країнах ЄС, а також в інших країнах світу з високорозвиненою економікою. Наукоємність ВВП в Євросоюзі в останні роки становила 2,02-2,04%. Найвищі показники наукоємності досягнуто в Південній Кореї і в Японії, де вони сягають від 4,15% до 4,47% [2].

Однак, показники наукоємності ВВП є відносними до витрат у вартісних натуральних величинах і тому не можуть об'єктивно в повній мірі характеризувати обсяги витрат в окремих країнах на проведення наукових та науково-технічних робіт. Наші розрахунки, проведені за показниками вартості ВВП і відносними показниками наукоємності ВВП в окремих країнах світу, показують, що загальні обсяги витрат на проведення наукових та науково-технічних робіт, наприклад, у Швеції в 2013-2016 рр. становили 16,3-19,2 млрд. дол. США або 3,15-3,31% від ВВП країни, в Німеччині – відповідно 98,6-114,5 млрд. дол. США або 2,82-2,94% від ВВП, у США – 455,7-510,3 млрд. дол. або 2,73-2,74% від ВВП (табл. 1).

У зв'язку з великими відмінностями між країнами за кількістю населення, показники загального обсягу витрат на проведення наукових та науково-технічних робіт дають лише певну узагальнену оцінку впровадження досягнень науки у виробництво. Витрати на проведення наукових та науково-технічних робіт у розрахунку на одну особу населення, які найбільш об'єктивно характеризують використання досягнень науки у виробництві, у 2013-2016 рр. у Польщі становили 120-135 дол. США, у Великобританії – 683-781 дол., в Японії – 1134-1343 дол., у США – 1441-1581 дол., а у Швеції в 2013 р. вони сягали 1995 дол. США. В Україні в останні роки витрати на проведення наукових та науково-технічних робіт у розрахунку на одну особу населення були мізерними і мали тенденцію руху до нульового рівня. У 2013 р. вони становили 31 дол. США, у 2015 р. – відповідно 13 дол. і в 2016 р. – 10 дол. США (!).

За показником обсягу фінансування на проведення наукових досліджень і розробок у розрахунку на одну особу населення в 2016 р. Україна у 12 разів відставала від Польщі, у 68 разів – від Великобританії, у 124 рази від Німеччини, у 144 рази – від США, у 160 разів – від Швеції. Тобто, в епоху науково-технічного

прогресу Україна в сотні разів відстає від інших країн за рівнем впровадження у виробництво досягнень науки і техніки.

Таблиця 1

Витрати на проведення наукових досліджень і розробок та їх ефективність в окремих країнах світу\*

Країна	Роки	ВВП, млрд. дол. США	Витрати на проведення наукових досліджень і розробок			ВВП на одну особу населення, дол. США
			% від ВВП	млрд. дол. США	у розрахунку на одну особу населення, дол. США	
Україна	2013	183,3	0,76	<b>1,4</b>	<b>31</b>	<b>4030</b>
	2014	133,5	0,65	<b>0,9</b>	<b>20</b>	<b>3105</b>
	2015	91,0	0,62	<b>0,6</b>	<b>13</b>	<b>2125</b>
	2016	93,3	0,48	<b>0,4</b>	<b>10</b>	<b>2186</b>
Сполучене королівство	2013	2739,8	1,65	45,2	705	42724
	2014	3022,8	1,67	50,5	781	46783
	2015	2885,6	1,67	48,2	740	44306
	2016	2650,9	1,69	44,8	683	40412
Німеччина	2013	3753,0	2,82	105,8	1312	46531
	2014	3890,6	2,87	114,5	1379	48043
	2015	3375,6	2,92	98,6	1207	41324
	2016	3477,8	2,94	102,2	1242	42233
США	2013	16691,5	2,73	455,7	1441	52722
	2014	17042,8	2,73	465,3	1493	54697
	2015	18120,7	2,74	496,5	1547	56444
	2016	18625,0	2,74	510,3	1581	57689
Японія	2013	5155,7	3,32	171,2	1343	40454
	2014	4850,4	3,40	164,9	1296	38109
	2015	4395,0	3,28	144,2	1134	34568
	2016	4949,3	3,41	168,8	1329	38972
Швеція	2013	578,7	3,31	19,2	1995	60283
	2014	573,8	3,15	18,1	1864	59180
	2015	497,9	3,27	16,3	1662	50812
	2016	514,5	3,26	16,8	1690	51845
Данія	2013	343,6	2,97	10,2	1817	61191
	2014	353,0	2,91	10,3	1820	62549
	2015	301,3	2,96	8,9	1569	53013
	2016	306,9	2,87	8,8	1538	53579
Китай	2013	9607,0	1,99	191,2	141	7078
	2014	10482,4	2,02	211,7	155	7684
	2015	11064,7	2,05	226,8	165	8069
	2016	11101,0	2,11	236,1	171	8117

\*Таблиця складена і розрахована за окремими розрізненими даними та власними дослідженнями [2; 3, с. 775; 4].

Частка інноваційно активних підприємств в Україні, визначена за методологією ЄС із обстеження інноваційної діяльності, у 2012-2014 рр. становила не більше 14,6% [5, 6]. Для порівняння, частка інноваційно активних підприємств у країнах ЄС у 2010-2012 рр. в середньому становила 48,9%, а в Німеччини – 66,9% [7]. Частка інноваційної продукції в загальному обсязі

реалізованої промислової продукції в Україні у 2015 р. становила лише 1,4%, в 2017 р. цей показник став ще нижчим і склав 0,7% [4].

Слід зазначити, що низька конкурентоспроможність української продукції, виробленої за застарілими технологіями з використанням зношених основних засобів, обумовлює її слабкі позиції на світових ринках.

Аналіз показників наукоємності ВВП, витрат на проведення наукових досліджень і розробок в Україні у порівнянні з показниками країн з високорозвинутою економікою однозначно свідчить про пряму кореляцію обсягів фінансування розвитку науки і результатів розвитку економіки країни. Чим більше країна витрачає фінансових ресурсів на розвиток науки, тим багаторазово збільшуються економічні результати виробничої діяльності.

Проведені дослідження приводять до висновку, що без достатнього рівня фінансування науки економічне зростання в країні неможливе. Пріоритетним завданням уряду має бути забезпечення належного рівня фінансування наукових досліджень і розробок та їх впровадження у виробництво, від чого залежить розвиток промисловості, зростання національної економіки і підвищення рівня добробуту громадян країни.

#### *Список використаних джерел:*

1. Стан розвитку науки і техніки, результати наукової і науково-технічної діяльності за 2016 рік. Аналітична довідка. Український інститут науково-технічної експертизи та інформації Міністерства освіти і науки. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/informatsiyno-analitychni/na-sajt-mon-ad-kmu-11.07.17.pdf> (дата звернення 20.10.2019).
2. Eurostat Newsrelease (англ.). URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7092226/9-30112015-AP-EN.pdf/29eeaa3d-29c8-496d-9302-77056be6d586> (дата звернення 21.08.2019).
3. Аналітична доповідь до щорічного послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». – К.: НДІСД, 2017. – 928 с. С. 775.
4. Вебсайт Світового банку (англ.). Research and development expenditure. URL: [https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?end=2016&locations=JP&most\\_recent\\_value\\_desc=true&start=2000](https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?end=2016&locations=JP&most_recent_value_desc=true&start=2000) (дата звернення: 22.09.2019).
5. Наука та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник за 2015 рік. Державна служба статистики України. URL: [http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2016/zb/09/zb\\_nauka-15.zip](http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/zb/09/zb_nauka-15.zip) (дата звернення: 22.08.2019).
6. Наука та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник за 2013 рік. Державна служба статистики України. URL: [http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2014/zb/09/zb\\_nauka-13.zip](http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2014/zb/09/zb_nauka-13.zip) (дата звернення: 22.08.2019).
7. Innovation statistics. URL: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Innovation\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Innovation_statistics) (дата звернення: 22.05.2019).
8. Статистичний щорічник України за 2017 рік. Державна служба статистики України. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/11/zb\\_seu2017\\_u.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zb_seu2017_u.pdf) (дата звернення: 24.09.2019).

**Романюк П.Р.**, студент  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.**,  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний



## **ПРИЧИНИ ЗАГРОЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В МОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Під інформаційною безпекою розуміють збереження інформації і самого підприємства від непередбачених або заздалегідь обдуманих вчинків, які тягнуть за собою заподіяння шкоди тим людям, які нею користуються або володіють. Захист інформації визначається як сукупність способів, що забезпечують секретність і повноту інформації, з огляду на те, що вона знаходиться у відкритому доступі для фахівців, що володіють доцільними повноваженнями. Єдність характеризується захищеністю особливостей інформації та її якісного змісту. Засекреченість означає гарантію можливості скористатися конкретними даними індивідуальним клієнтам і збереження відомостей в таємниці. Поняття «гласність» складається з ймовірності правильного і надшвидкого виявлення інформації певними клієнтами [1, С. 47].

Основне призначення захисту інформації - зведення до мінімуму шкоди в результаті недотримання умов засекреченості, гласності та єдності.

Можна виділити наступні причини загроз інформаційної безпеки підприємства:

1. Необережність та недбалість працівників. Загрозою інформаційної безпеки підприємства, перш за все, є цілком законотворчі працівники, які й не думають про крадіжку цінних відомостей. Ненавмисний збиток секретних даних наноситься через недбалість або некомпетентність співробітників. У будь-який момент може виникнути такий випадок, що хтось відкриє фішингові листи і запустить вірус з особистого ноутбука на сервер організації. Або, наприклад, скопіює файл з засекреченими даними на смартфон, КПК або флешку для того, щоб працювати у відрядженні. В даному випадку інформацію можна дістати дуже просто [2, С.46].

2. Застосування неліцензійного програмного забезпечення. Загалом, керівники підприємств і раді б дотримуватися закон, і встановлювати тільки ліцензійне програмне забезпечення. Але вартість таких програм і їх установки істотно б'є по бюджету фірми. Настільки істотно, що багато керівників свідомо вважають за краще йти на ризик, скачують ІС:Підприємство з торрентом і потім намагаються вирішити складні питання з інспекторами «на місці», що призводить до додаткових проблем з законом [3, С.270]. Водночас піратські антивіруси не захищають від злочинців, які хочуть вкрасти інформацію за допомогою вірусів. Власнику неліцензійного програмного забезпечення необхідна технічна підтримка, поновлення у визначений термін, які надаються організаціями-розробниками. Поряд з ним він купує також і віруси, які завдають шкоди системі комп'ютерної безпеки. За відомостями дослідження, проведеного Microsoft, в 7% освоєних неліцензійних програм знайшли спеціальне програмне забезпечення для крадіжки персональних даних і паролів.

3. DDoS-атаки. DDoS (Distributed Denial of Service) - розподілена атака типу «відмова в обслуговуванні». Мережевий ресурс виходить з ладу в результаті

безлічі запитів до нього, відправлених з різних точок. Зазвичай атака організовується за допомогою бот-сонетів. Зловмисник заражає комп'ютери ні про що не підозрюють користувачі Інтернету.

Зазвичай подібні атаки використовуються в ході конкурентної боротьби, шантажу компаній або для відвернення уваги системних адміністраторів від деяких протиправних дій на кшталт викрадення грошових коштів з рахунків. На думку фахівців, саме крадіжки є основним мотивом DDoS-атак. Мішенню зловмисників частіше стають сайти банків, в половині випадків (49%) були затронуті саме вони. Наприклад, в 2016 році DDoS-атаки були зафіксовані в кожному четвертому банку (26%). Серед інших фінансових структур шкідливому впливу піддалося 22% компаній [4, С.32].

4. Віруси. Однією з найнебезпечніших на сьогоднішній день загроз інформаційної безпеки є комп'ютерні віруси. Це підтверджується багатомільйонним збитком, який несуть компанії в результаті вірусних атак. В останні роки істотно збільшилася їх частота і рівень шкоди. На думку експертів, це можна пояснити появою нових каналів проникнення вірусів. На першому місці як і раніше залишається пошта, але, як показує практика, віруси здатні проникати і через програми обміну повідомленнями, такі як ICQ та інші [5, С.70]. Збільшилася і кількість об'єктів для можливих вірусних атак. Якщо раніше атакам піддавалися в основному сервери стандартних веб-служб, то сьогодні віруси здатні впливати і на міжмережеві екрани, комутатори, мобільні пристрої, маршрутизатори. Останнім часом особливо активні стали так звані віруси-шифрувальники. Навесні і влітку минулого року мільйони користувачів постраждали від атак вірусів WannaCry, Petya, Misha. Епідемії показали, що жертвою вірусної атаки можна стати, навіть якщо не відкривати підозрілі листи. За інформацією Intel вірусом WannaCry заразилися 530 тисяч комп'ютерів, а загальний збиток компаній склав більше 1 млрд доларів.

Таким чином, у сучасних умовах господарювання, коли інформаційні технології набувають глобального характеру, інформаційна безпека є невід'ємним складником системи економічної безпеки господарюючого суб'єкта й економічної безпеки держави загалом.

#### *Список використаних джерел:*

1. Литвиненко О. Інформація і безпека. Нова політика. 1998. № 1. С. 47–49.
2. Горбатюк О.М. Сучасний стан та проблеми інформаційної безпеки України на рубежі століть. Вісник Київського університету імені Т. Шевченка. 1999. Вип. 14. С. 46–48.
3. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
4. Сороківська О.А. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи. Вісник Хмельницького національного університету 2010. № 2. Т. 2. С. 32–35.
5. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.

**Самолук Н.М.**, к.е.н., доцент  
Національний університет водного

## СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Успіх сучасного бізнесу вимагає орієнтації на попит, орієнтації на споживача, що зумовлює постійне покращення якості продукції (робіт, послуг) та оновлення її асортименту. Це в свою чергу, вимагає від працівників додаткових затрат часу, енергії, інтелектуальних та фізичних ресурсів, а від фірми - підтримки на відповідному рівні їх працездатність. Тому, в сьогоденних умовах досить актуальним питанням стає розробка та запровадження механізму збалансування цілей організації та найманих працівників. Реальним заходом вирішення даного питання є перерозподіл загальних витрат на персонал в сторону зростання частки додаткового стимулювання, а саме - надання працівникам соціальних пакетів наповнення яких залежатиме від результатів їх праці [1].

Недаремно успішні топ-менеджери вважають, що соціальний пакет являється «...відпрацьованим, дієвим інструментом в руках роботодавця для маніпулювання найманою робочою силою з метою підвищення рентабельності підприємства» [2], важливо вміти грамотно ним користуватися. Адже, по-перше, соціальний пакет є прекрасним засобом «внутрішнього PR», що підвищує відданість працівників компанії, викликаючи у них відчуття турботи. По-друге, соціальний пакет забезпечує високу працездатність та віддачу персоналу, адже частина винагороди надається у вигляді цільової послуги, направленої на підтримку відмінного фізичного та психічного стану працівника, а не в якості грошей, що можуть бути витрачені на що завгодно (розваги, сім'ю і т.д.) [2].

З метою виявлення поширеності соціального пакету та популярності його складових у червні-вересні 2018 року в рамках «Програми розвитку малого і середнього підприємництва в м. Рівному на 2018-2019 роки» було проведено власне дослідження. У вибірку опитування входили 170 малих та середніх підприємств м. Рівного (6,19% їх загальної кількості). Загалом було зібрано 526 анкет, в т. ч. 170 – представників власників та 356 – найманих працівників.

В результаті дослідження виявлено суттєве неспівпадання важливих для працівників та фактично наявних на підприємствах складових соціального пакету. Зокрема, як видно з рис.1, для більше 60% працівників важливими є такі складові як сплата роботодавцем внесків на добровільне медичне страхування; часткова оплата харчування; оплата короткострокових навчальних програм; компенсація транспортних витрат. Водночас, лише 19% суб'єктів підприємницької діяльності у свій соціальний пакет включили добровільне медичне страхування працівників, 38% - забезпечують працівників питною водою, чаєм, кавою та печивом, 40% - оплачують короткострокове навчання, 29% - компенсують транспортні витрати. Однак, більшість підприємств (57%) надають своїм працівникам подарунки на свята та пам'ятні дати, що майже задовольняє потребу працівників щодо даної складової соціального пакету (62%).

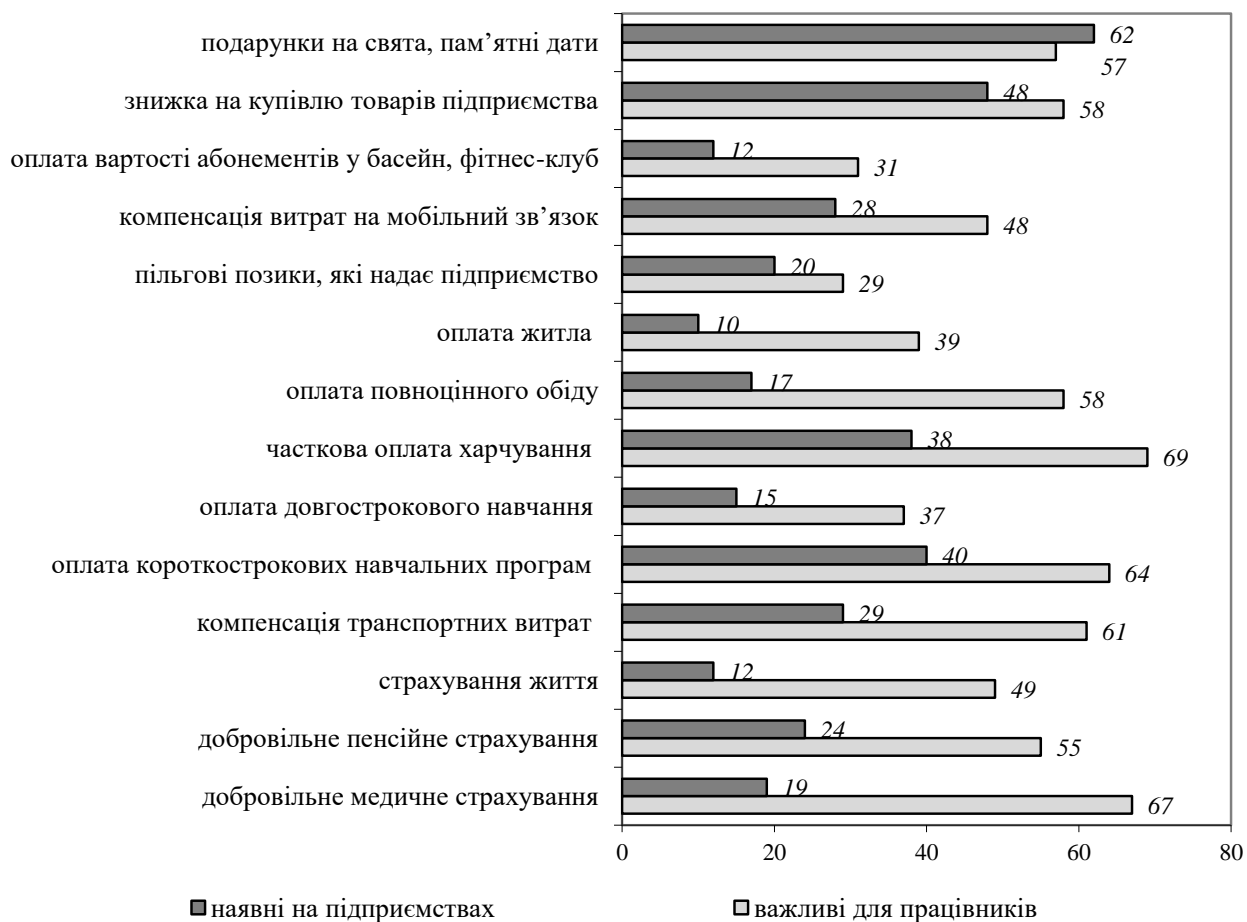


Рис. 1. Важливість складових соціального пакету для найманих працівників та їх наявність на підприємствах м. Рівне, % до всього працівників

Варто зауважити, що важливість складових соціального пакету варіює в залежності від статі та віку працівників. З таблиці 1, можна побачити, що працівники у віці до 35 років надають перевагу оплаті короткострокового та довгострокового професійного навчання – відповідно 72% та 44% опитаних, частковій оплаті харчування – 72% та оплаті житла – 41%. Водночас, для працівників старших 50 років оплата професійного навчання є менш важливою і короткострокові програми навчання цікавлять лише 38%, а довгострокові - 14%. Натомість для цих працівників важливим є страхування їх життя (55%). Універсальною за важливістю для працівників будь-якого віку є така складова соціального пакету як пенсійне страхування - її хочуть бачити у своєму соціальному пакеті більш 50% усіх опитаних працівників. При цьому, з віком зменшується потреба у таких складових соціального пакету як оплата житла та знижка на купівлю товарів підприємства.

За статевою ознакою бажана наповненість соціального пакету має незначні відхилення, а саме:

- 62% чоловіків проти 52% жінок хотіли б бути забезпеченими повноцінними обідами за рахунок підприємств;
- 53% чоловіків і лише 45% жінок включили б до свого соціального пакету компенсацію витрат на мобільний зв'язок;

- 40% чоловіків та 35% жінок цікавляться довгостроковими програмами навчання, зокрема стажуванням за кордоном;
- 60% жінок і тільки 53% чоловіків хотіли б отримувати від роботодавця подарунки на свята та пам'ятні дати.

Таблиця 1

Важливість складових соціального пакету для працівників м. Рівне за статевою та віковою ознакою, %

Вік, років			Складові соціального пакету	Стать	
до 35	35-50	більше 50		жі н.	чо л.
68	67	62	добровільне соціальне страхування працівників: - медичне страхування;	67	68
53	60	52	- пенсійне страхування;	55	56
48	48	55	- страхування життя	49	48
61	60	62	компенсація транспортних витрат (проїзний квиток, повернення вартості пального, забезпечення проїзду транспортом підприємства)	60	64
72	59	38	оплата професійного навчання: - короткострокові навчальні програми (тренінги, майстер-класи);	63	65
44	31	14	- довгострокове навчання (стажування за кордоном, здобуття вищої освіти, підвищення кваліфікації та інше)	35	40
72	65	66	оплата харчування: - часткова (питна вода, чай, кава, печиво);	68	69
54	59	55	- повноцінний обід	52	62
41	37	34	оплата житла (оренда житла, його утримання; купівля житла)	35	46
28	33	24	пільгові позики, які надає підприємство	25	38
43	54	52	компенсація витрат на мобільний зв'язок	45	53
34	29	31	оплата вартості абонементів у басейн, фітнес-клуб, інші групи здоров'я	30	35
61	56	45	знижка на купівлю товарів підприємства	56	61
57	56	65	подарунки на свята, пам'ятні дати	60	53

Тому для ефективної мотивації персоналу варто враховувати відмінності у потребах працівників при формуванні структури соціального пакету. На жаль, у досліджуваних суб'єктів підприємницької діяльності в м. Рівне наповненість соціального пакету не зовсім відповідає потребам працівників, тож і очікувати на високу продуктивність їх праці не варто.

**Список використаних джерел:**

1. Савіна Н. Б. Механізм формування ефективного соціального пакета / Н. Б. Савіна, Н. М. Самолюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. - 2011. - № 4(2). - С. 216-221. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk\\_2011\\_4\(2\)\\_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2011_4(2)_49).
2. Варфоломеева И. В. Социальный пакет и его составляющие. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://sdo-regional.ru/prof-post/sotsialnyj-paket-i-ego-sostavlyayushchie>

## **THE ROLE AND IMPORTANCE OF KPI**

To begin with, organisations use various models and tools to evaluate their performance in the changing environment. Recent studies show that one of the most effective methods to measure enterprise activities is KPI (Key Performance Indicators) that management uses to operate business.

The starting point for choosing which performance indicators are key to a particular company should be those that the directors use to manage the business. [3] In our experience, many corporations tend to receive financial performance indicators, even though they may be communicating strategies such as maximising customer experience, or attracting and retaining the best and brightest people.

However, management should not feel compelled to create KPIs to match those reported by their peers. The overriding need is for the KPIs to be relevant to that particular company. Management should explain their choice in the context of the chosen strategies and objectives and provide sufficient detail on measurement methods to allow readers to make comparisons to other companies' choices where they want to. Giving the reader multiple performance measures without explaining which ones are key to managing their business does not aid transparency. However, our experience suggests that between four and ten measures are likely to be key for most types of company. The primary reason for including performance indicators in corporate reporting is to enable readers to assess the strategies adopted by the company and their potential to succeed. KPIs presented in isolation from strategies and objectives, or vice versa, cannot fulfil this requirement, and will fail to provide the reader with the level of understanding they need.

It is important for management to explain why they believe a performance indicator is relevant. In many instances this will be because it measures progress towards achieving a specific strategic objective.

Making your KPIs actionable is a five-step process:

- 1) Review business objectives
- 2) Analyze your current performance
- 3) Set short and long term KPI targets
- 4) Review targets with your team
- 5) Review progress and readjust [1]

Some performance indicators are best suited to a quantification of future targets. Comparability over time is a key principle of good corporate reporting. It is recognised that KPIs may evolve over time as strategies change or more information becomes available. [2]

For example at Centrica enterprise lost time injuries per 100,000 hours worked are measured. The majority of these are incurred through slips, trips, falls and manual handling. Also they use both incidence rates and active indicators to monitor the

effectiveness of the health and safety (H&S) preventative programmes that we run throughout the Group. [4]

The main strategy of Capita Group is to focus on 4 core elements: Generating profitable growth: securing long term, recurring revenues from new and existing clients, acquiring small to medium sized businesses that expand their existing capability and take them into new areas.

To sum up, in a globalized environment appropriate selection of key indicators that will be used for measuring enterprise performance is of a greatest importance. Thus, in order to be competitive in the modern market management is forced to evaluate performance of the organization and contribute to the stability of the organization using the most progressive and efficient methods.

#### **References:**

1. Levinovych K. What is a KPI? Measure your performance against key business objectives. [Електронний ресурс] / Levinovych. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.klipfolio.com/resources/articles/what-is-a-key-performance-indicator>.

2. Using Key Performance Indicators (KPIs) to Achieve Goals [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/key-performance-indicators>.

3. Jackson T. 18 Key Performance Indicator (KPI) Examples Defined [Електронний ресурс] / Ted Jackson. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.clearpointstrategy.com/18-key-performance-indicators/>.

4. Our Approach [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.centrica.com/sustainability/our-approach/>.

**Смоленюк Р. П.**, к.е.н., доцент

Хмельницький навчально-науковий інститут  
Тернопільського національного економічного  
університету, м. Хмельницький, Україна

### **АГРАРНА ПОЛІТИКА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА: ПРОБЛЕМАТИКА РЕАЛІЗАЦІЇ**

Пріоритетними напрямками зваженої економічної політики є підвищення конкурентоспроможності економіки, покращення інвестиційного клімату, забезпечення розвитку високотехнологічних секторів економіки, підтримка національного товаровиробника та реалізація політики імпортозаміщення, стимулювання збільшення обсягу експорту товарів вітчизняного виробництва. Мета агропромислової політики залежать від стадії економічного циклу, внутрішніх і зовнішніх чинників стратегії галузі, економічних інтересів власників. Х. Григор'єва зауважує, що оскільки більшість цілей аграрної політики досягається за допомогою активної державної підтримки, виникає спокуса звести усю аграрну політику до системи державної підтримки сільського господарства [1, с. 66].

Агропромислова політика має координуватися із промисловою політикою, що дозволить задіяти в вертикаль системи розвитку сільськогосподарського виробництва державно-приватне партнерство, регіональні економічні стратегії, які визначають перспективи міжгалузевої промислової кооперації і

територіального розміщення промислового виробництва. Цьому сприятиме Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо забезпечення економічного зростання, стимулювання розвитку регіонів та запобігання корупції» від 20 вересня 2019 року № 713/2019, який передбачає здійснення заходів, спрямованих на стимулювання економічного зростання, підвищення соціальних стандартів, а також сприяння регіонального розвитку [2].

Ефективність реалізації економічної політики потребує розширення публічно-приватного партнерства в аграрному секторі, що сприятиме поглибленню співробітництва з перспективними торговельними партнерами та регіональними інтеграційними об'єднаннями, поліпшенню для вітчизняних виробників умов торгівлі на зовнішньому ринку. Фінансові зобов'язання в сфері розширення публічно-приватного партнерства сприятимуть активізації грошово-кредитного стимулювання і підтримці ліквідності, а також підвищенню довіри, мінімізації ризиків значних відхилень та перспективним напрямом розвитку національного агропромислового комплексу. Відповідно розширення публічно-приватного партнерства в аграрному секторі сприятиме хеджуванню ризиків.

Розвиток всіх форм кооперації на селі – споживчої, виробничої, обслуговуючої – потребує детінізація економіки, зниження адміністративних бар'єрів для розвитку підприємництва і стимулювання реалізації інвестиційних проектів у пріоритетних галузях економіки. Варто враховувати, що деякі положення законодавчих актів по основним засадам державної аграрної політики державні органи практично повністю їх ігнорують [3, с. 109].

Розвиток сільського господарства та земельної реформи має сприяти створенню прозорого ринку земель сільськогосподарського призначення і розвитку базових галузей сільського господарства. Економічні фахівці вважають, що на початковому етапі розвитку ринку землі в Україні середня ціна аграрних земель не буде суттєво більшою її офіційної грошової оцінки, а потім – зростатиме відповідно до світових тенденцій. Тому ймовірні позитиви від продажу держземель визначатимуться механізмом їх продажу [4, с. 6]. Розвиток аграрного комплексу тісно пов'язаний з збереженням сільськогосподарської землі, яка є національним багатством країни, тому вона повинна належати на правах власності лише громадянам України. У даному контексті доцільно продовжувати мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення. Поділяємо точку зору, що спроба впровадження вільного обігу сільськогосподарських земель може обернутися її спекулятивним відчуженням.

При формуванні організаційно-економічного механізму агропромислового комплексу доцільно визначити умови і принципи розширення публічно-приватного партнерства. Інтеграційні процеси в агропромисловому комплексі потребують удосконалення науково-методичних підходів до координації управління: виходячи зі стратегічних економічних інтересів учасників основних і допоміжних бізнес-процесів; оптимізацією структури джерел фінансування та механізмів їхнього залучення; інтеграцією учасників комплексу щодо розширення їх матеріальних, фінансових і трудових ресурсів; для узгодження граничних показників залучення фінансових ресурсів для реалізації економічних інтересів



учасників і зацікавлених економічних агентів сільськогосподарських бізнес-процесів; при визначенні пропорцій і співвідношень у діяльності учасників комплексу; системою корпоративних змін у процесі інтеграції учасників комплексу.

*Список використаних джерел:*

1. Григор'єва Христина. Співвідношення правових категорій державної підтримки сільського господарства та державної аграрної політики. Підприємництво, господарство і право. 2019. № 7. С. 64-68.

2. Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо забезпечення економічного зростання, стимулювання розвитку регіонів та запобігання корупції» від 20 вересня 2019 року № 713/2019. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/7132019-29789> (дата звернення: 22.10.2019).

3. Щуревич Л. М. Пріоритети аграрної політики України в контексті європейської інтеграції. Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України / за заг. ред. А. П. Савкова. Київ : НАДУ, 2017. Вип. 2. С. 105–122.

4. Аграрний і сільський розвиток для зростання та оновлення української економіки : наукова доповідь / за ред. чл.-кор. НАН України Бородіної О.М., д-ра екон. наук Шубравської О.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2018. 152 с.

**Солодкий В.О.**, к.е.н., доцент  
Національний університет водного  
господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна

## **ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНОВАЖНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Концепція рівноважного розвитку ґрунтується на принципі справедливості у відносинах між поколіннями, який визначає, що розвиток суспільства у тривалій перспективі є ефективним лише у випадку, якщо людство може задовольнити свої потреби сьогодні без шкоди для можливостей розвитку майбутніх поколінь. Водночас, варто зауважити, що таке бачення сьогодні все ще можна вважати підходом, що підтримується цивілізаційними елітами або ж, у переважній більшості, країнами, які визначають геополітичні тренди. У багатьох державах світу, навпаки, бідність війни та невизначеність майбутніх перспектив призводять як до деградації навколишнього природного середовища так і до руйнації економічних систем та падіння соціальних стандартів. Як наслідок, існують точки зору, в яких розглядаються питання можливих суперечностей в завданнях і цілях концепції сталого розвитку, а також у доцільності та способах виконання її основних положень [1, СС. 13–14].

Сталий розвиток може стати результатом комплексної роботи щодо ефективного поєднання кроків у економічній, екологічній та соціальній сферах. Сутність самовідтворюваного розвитку визначає, що досягнення поставленої мети повинно здійснюватися через забезпечення ефективного з точки зору економіки та якісного з точки зору людини зростання, яке забезпечить як мінімум необхідні потреби більшості населення. Також, важливим є проведення науково

обґрунтованої та соціально відповідальної демографічної політики, яка враховуватиме не тільки економічні аспекти вирішуваних питань, але й національні та культурні особливості і т.д. Необхідним є широке впровадження сучасних ресурсозберігаючих технологій та, як ключовий аспект, забезпечення прийняття відповідальних господарських рішень, які б враховували як економічну так і екологічну й соціальну ефективність сьогодні та в майбутньому.

Важливим чинником сталого розвитку є забезпечення економічного зростання. Причому, найбільш вагомим є досягнення таких темпів росту, які були б достатніми для зміни ситуації, в країнах з найнижчим рівнем життя. Адже очевидно, що бідність зменшує можливості використання ресурсів та ведення життя у спосіб, який відповідає потребам сталості. Необхідним є щорічний ріст доходів на душу населення (з врахуванням, як правило збільшення його чисельності) не менш ніж 3 відсотки на рік для того, щоб у країнах з низькими доходами більшості ситуація відчутно покращилася у межах чверті століття. І це в ситуації, коли початковий рівень бідності складатиме не більше 50 відсотків.

Тобто, гарантування зростання доходів серед найбідніших можемо вважати дієвим чинником на шляху забезпечення сталості розвитку. Адже у країнах, що розвиваються найчіткіше прослідковуються зв'язки між зниженням кількості незаможних та зорієнтованістю на дотримання екологічних стандартів. Разом з тим, розвиток відбувається в глобалізованому світі пов'язаних економік, тому менш розвинені країни напряду залежать від ситуації в країнах, які очолюють світові позиції розвитку. Сьогодні зростання не менш ніж 3-4 відсотки на рік є тим мінімумом, який, за всіх інших рівних умов, може вважатися світовими фінансовими організаціями достатнім для того, щоб держава могла відігравати суттєву роль в зростаючій світовій економіці. У свою чергу, за таких темпів приросту економіки, екологічна складова стійкого розвитку може бути реалізована лише шляхом зміни засобів досягнення зростання, а саме – удосконаленням способу виробництва та підвищення ефективності використання природних та інших ресурсів.

В умовах сталого розвитку економічне зростання повинно поєднуватись зі збереженням природного різноманіття, зменшенням вразливості народногосподарських комплексів до економічних та соціальних криз та удосконаленням механізму розподілу доходів. Як правило, швидке економічне зростання з погіршенням структури розподілу його результатів має гірші наслідки для держави ніж повільніші темпи росту, що супроводжуються підвищенням якості життя всіх прошарків населення. У свою чергу мінімізація ризиків виникнення кризових явищ має досягатися шляхом застосування технологій, які мінімізують виробничі ризики, проведення економічної політики, що мінімізуватиме ринкові коливання, створення фінансових та інших резервів. З точки зору досягнення стабільності суспільного поступу, розвиток, який поєднує економічне зростання із зменшенням вразливості виробничих та народногосподарських комплексів, є більш дієвим та ефективним.

Крім того, забезпечення збалансованості розвитку вимагає вирішення проблем освіти, охорони здоров'я та захисту і відновлення навколишнього

природного середовища. Важливим є створенням умов, коли б усі, навіть найбільш обмежені у ресурсах і можливостях члени суспільства, могли реалізовувати свої потреби та інтереси. Такий підхід буде мати свої результати і у тому, що освічене та здорове населення в цілому працюватиме продуктивніше, а зростання обсягів виробництва товарів і послуг призводить до зменшення витрат і т.д., що також є складовою формуювання політики сталого розвитку.

Окреслені та інші проблеми переходу до моделі сталого розвитку вимагають суттєвих технологічних зрушень. Тут мають вирішуватися питання технологічного відставання країн, які розвиваються, причому у даному плані проблемою є те, що успішність «експорту» технологій визначається багатьма чинниками, узгодження яких часто представляє собою досить складне завдання. Також необхідно надалі нарощувати масштаби застосування «зелених» технологій, використання яких допомагає не тільки зменшувати техногенний тиск на навколишнє природне середовище, але й покращувати його якісні характеристики. На сьогоднішньому етапі розвитку економіки фінансова привабливість таких підходів до виробничої діяльності повинна стати ключовим стимулом для виробників товарів та послуг всіх форм власності, а також розробників технологій і громадських організацій щодо активізації участі у реалізації політики збалансованого розвитку.

Реалізація наведених кроків в Україні потребує розробки та впровадження програм збалансованого розвитку та системи національних індикаторів. Необхідним також є формування планів та прогнозів сталого розвитку як на регіональному так і на державному рівні [2].

Прогрес у розвитку технологій та приведення їх у відповідність до вимог сталого розвитку необхідно поєднувати із удосконаленням системи управління ризиками. Реактори атомних електростанцій, лінії електропередач, громадський транспорт, системи зв'язку і т.д. можуть бути досить вразливими у форс-мажорних ситуаціях або у випадках перевантажень. Як правило, при проектуванні таких систем закладається певний рівень надійності, однак серйозні стохастичні збурення можуть мати значні негативні наслідки.

Важливим є проведення ґрунтовної аналітичної роботи щодо виявлення можливих слабких місць таких систем, включаючи вивчення ретроспективних аспектів та прогнозування їх діяльності, постійна актуалізація виробничих стандартів, розробка планів дій у екстрених випадках. Така робота забезпечить мінімізацію негативних наслідків у випадку надзвичайних подій, а отже сприятиме зростанню збалансованості відповідних систем та господарських комплексів в цілому. Міжнародні організації повинні активніше залучати урядові органи на місцях, представників законодавчої гілки влади та населення до вирішення питань забезпечення сталості сьогоднішнього та майбутнього розвитку [3, С. 5].

В сучасних умовах, для успішної реалізації більшості проектів сталого розвитку (збереження та відновлення екосистем великих та малих міст, боротьба з ерозією земель, підтопленням і т.д.), вони мають бути не лише обґрунтовані з екологічної, економічної та соціальної точок зору та гарантувати результати, які

можуть бут отримані у відносно віддаленому майбутньому. Основним аргументом, щодо реалізації програм сталого розвитку та кроків щодо їх виконання у багатьох випадках може бути результат, який розрахований на найближчу перспективу.

І хоча більшість розвинених країн інвестують значні ресурси у реалізацію програм адаптації до потенційної зміни природних умов та можливого вичерпання окремих складових ресурсної бази, країни, які розвиваються і мають обмежені фінансові та технічні можливості, постають перед проблемою адаптації до швидко змінюваних як природно-кліматичних так і соціально-економічних факторів. Для забезпечення стійкості як окремих економік так і глобального господарського механізму, важливою є диверсифікація та забезпечення стабільності джерел фінансування відповідних програм та кроків. В умовах неоіндустріального суспільства, реалізація комплексної стратегії сталого розвитку повинна базуватися на рішеннях, які включають як економічну, так і екологічну та соціальну складові, як такі, що превалюють та співіснують у всіх сферах життя людини та екосистеми в цілому.

#### *Список використаних джерел:*

1. Warren, A. (1996). Comments on indigenous and scientific knowledge: some critical comments. *Indigenous Knowledge and Development Monitor*, №4.
2. Тимочко Т. Пріоритети збалансованого (сталого) розвитку для України. Збірник матеріалів II-го Всеукраїнського з'їзду екологів з міжнародною участю. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://eco.com.ua>.
3. Sylvia I. Karlsson-Vinkhuyzen. From Rio to Rio via Johannesburg: Integrating institutions across governance levels in sustainable development deliberations. *Natural Resources Forum* 36 (2012). PP. 3–15.

**Сосовська О. С.**, студентка

**Шостак Л. В., к.е.н.**, доцент

Східноєвропейського національного університету  
ім. Лесі Українки

### **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЩО ЗНАХОДЯТЬСЯ НА ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЯХ**

Унаслідок вторгнення російських військ на територію України, наша країна втратила контроль над економікою частини окупованого Донбасу, виробничими активами та інфраструктурою регіону. На Сході країни були незаконно захоплені промислові підприємства, землі, державне майно, соціальні об'єкти.

На окупованих територіях залишилося 388 державних підприємств, 4500 об'єктів державної власності та понад 100 великих підприємств недержавної форми власності. Загалом втрачено близько 50% промислового потенціалу Донбасу. Обладнання окремих підприємств було вивезено на територію РФ або розібрано на металобрухт. За інформацією з відкритих джерел включаючи фінансові звіти підприємств, можна дійти висновку, що втрати унаслідок демонтажу та вивезення обладнання становлять 1 млрд. грн. Зокрема холдинг Метінвест втратив 14,4 млн.грн., ДТЕК 4,4 млн.грн., Укрзалізниця 8,8 млн. грн., енергоринок 3,9 млн.грн.

Окупація Донбасу суттєво послабила фінансову систему України. Упродовж 2014р. на окупованих територіях відбувалося масове закриття рахунків та вилучення депозитів клієнтами, що спричинило скорочення ресурсної бази банківської системи країни на 80,5 млрд. грн. Водночас банки втратили контроль над активами на окупованих територіях. Напередодні окупації, на кінець березня 2014р., балансова вартість заборгованості клієнтів Луганської та Донецької областей по кредитах становила 70 млрд. грн. Окупація створила для клієнтів можливості не погашати кредити. Натепер понад 70% кредитів клієнтам з тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях не обслуговуються. Це стало причиною втрат українських банків у розмірі 50 млрд. грн. Загалом окупація спричинила значний дефіцит ліквідності в банківській системі в розмірі 130 млрд. грн., що дало поштовх для розгортання масштабної банківської кризи в Україні в 2014-2015 роках.

Основним ресурсом Донецької і Луганської областей є вугілля. У 2013р. шахти цих регіонів забезпечували 76% видобутку вугілля в Україні. У 2014 р. Україна втратила контроль над основними вуглевидобувними районами обох областей. За даними Міненерговугілля України, на окупованій частині Донеччини налічується 55 шахт, Луганщини — 42. Зокрема, на окупованих територіях опинилися всі шахти, що видобувають антрацит, який є найбільш цінним серед вугілля енергетичної групи і на який розраховані п'ять з 12 теплоелектростанцій в Україні. Наразі ведеться активний видобуток вугілля на окупованих територіях з подальшим вивозом його на територію Росії і продажем за кордон. Частина антрациту під виглядом російського вугілля поставляється в Україну. Через постійну наднормову роботу шахт через технічні причини почав скорочуватись видобуток вугілля. Деякі шахти зі зношеним обладнанням вже закриті.

Разом з шахтами республіки поділили владу і над місцевими металургійними підприємствами. Однак в тих під владою ДНР і ЛНР виникли деякі проблеми. Перша — технологічна. Місцеві металургійні комбінати мають широкий потенціал з виробництва коксу і виробляли його надміру. Раніше він був затребуваний в Маріуполі та на Дніпропетровщині. В обмін на кокс меткомбінати отримували з Дніпропетровської області залізну руду. Тепер цей обмін припинився. Друга проблема — реалізація продукції. Основний збут металургійних підприємств Донбасу орієнтований на експорт. Виробництва, що опинилися на окупованих територіях, забезпечували до 20% від загального прибутку, яку приносила вітчизняна металургія. Причому закордонні ринки збуту продукції донбаських заводів ті самі, що й у російських меткомбінатів: країни Азії і Близького Сходу. Більше того, до 2014 р. метал з Донбасу за рахунок демпінгу епізодично відбирав частину російського ринку. Тому, подальший розвиток металургійних підприємств на окупованих територіях буде залежати лише від рівня забезпечення ресурсами з боку Росії.

Єдина автономна опора енергетики ДНР і ЛНР — це теплова генерація, представлена Зуївською і Старобешівською теплоелектростанціями на окупованій частині Донеччини. Виробничих потужностей цих ТЕС більш ніж достатньо для забезпечення електроенергією обох «республік», особливо з урахуванням

промислового спаду, який там стався. У довоєнні часи ці дві ТЕС споживали до 5 млн т вугілля щороку. Нині загальна потреба місцевої електрогенерації у вугіллі знизилася на 60%. Так, Старобешівська ТЕС працює на 50% своїх можливостей, а на Зуївській завантаження ще менше — ледве перевищує 30%.

Щодо машинобудівних підприємств, то наразі активні лише на ті, що пов'язані з ремонтом військової техніки. Та й то це лише виробництво, пов'язане з усуненням нескладних поломок бронетехніки, як на Донецькому ремонтно-механічному заводі. Одним з винятків є Ясинуватський машинобудівний завод. Це підприємство випускає прохідницькі вугільні комбайни та продає їх у Росію, хоча вже і в меншій кількості, ніж раніше. Устаткування інших машинозаводів на окупованій частині Донеччини, особливо тих, які були пов'язані з обороною, розібрано і перевезено в Росію («Точмаш», «Топаз»).

Через нестабільну політичну ситуацію значно зменшилась кількість жителів на окупованій території у зв'язку з виїздом їх до Росії або на підконтрольні Україні території. Розмір заробітної плати за роки окупації знизився втричі, а безробіття досягнуло 20%. Середня заробітна плата у «ДНР», на початок 2019р., становила близько 11,5 тис. руб., що удвічі менше, ніж у Ростовській області (близько 22 тис. руб.) та підконтрольній Україні частині території Донецькій області (23,2 тис. руб.). За даними сайтів працевлаштування, фактична заробітна плата в «ДНР» є нижчою за оприлюднену «офіційно» і становить лише 8 000 руб.

Отже, окупація частини Донбасу відчутно вплинула на економіку України та її фінансову систему, призвела до значних матеріальних втрат унаслідок фізичного знищення житла, інфраструктури, соціальних і промислових об'єктів.

#### **Список використаної літератури:**

1. <https://biz.nv.ua/ukr/experts/jak-pratsjuje-biznes-v-zoni-ato-105660.html>
2. <http://www.dsnews.ua/static/longread/donbas-ukr/economika-pidprijemstv.html>
3. [http://www.dsnews.ua/okkupirovannyu\\_donbass/ekonomika-pidprijemstv-ordlo-23102017220000](http://www.dsnews.ua/okkupirovannyu_donbass/ekonomika-pidprijemstv-ordlo-23102017220000)

**Стащук О.В.**, д.е.н., доцент, професор  
кафедри фінансів та кредиту  
СНУ імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна  
**Верчук Дмитро**, студент 6 курсу факультету  
економіки та управління  
СНУ імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **КОРПОРАТИВНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

У процесі діяльності підприємства виникають ситуації, коли для фінансового забезпечення його виробничо-господарських процесів не вистачає власних ресурсів. У такому разі виникає потреба залучення зовнішніх фінансових ресурсів. Жоден бізнес не може функціонувати не вдаючись до запозичення коштів, а тому ефективність діяльності багато в чому залежить від обраних

інструментів фінансування. Одним з таких інструментів є корпоративні облигації [3].

Проблематика використання облигацій як інструмента фінансування та інвестування є предметом дослідження багатьох науковців, проте особливо актуальною вона є в Україні, оскільки низький рівень розвитку фондового ринку та ринку облигацій не дозволяє суб'єктам господарювання активно використовувати такий спосіб залучення фінансових ресурсів. Так, окремі аспекти обігу облигацій та їх використання як фінансового інструменту досліджують такі науковці, як А. Азаров, В. Геєць, М. Іоргачова, О. Любкін, І. Лютий, С. Науменкова, В. Опарін, О. Охріменко та інші.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки успішне функціонування бізнес-структур потребує високої концентрації фінансових ресурсів. Формування фінансового капіталу корпорації залежить від використання усіх можливих джерел, важливе місце з-поміж яких належить корпоративним облигаціям. В останні роки випуск корпоративних облигацій набуває дедалі більшого поширення, що дає змогу емітентам отримати нові альтернативні джерела фінансування. Надаючи емітентам великі можливості щодо залучення коштів для забезпечення розвитку господарської діяльності, корпоративні облигації стали ефективним інструментом інвестиційної політики підприємств.

Корпоративна облигація – це борговий цінний папір, випущений суб'єктом господарювання для залучення грошових коштів з фінансового ринку на розвиток власного бізнесу, який свідчить про зобов'язання емітента перед власником облигації виконати всі положення умов випуску цього цінного паперу [4].

Вибір корпоративних облигацій як інструмент фінансування корпорації, зумовлений відносно не високою вартістю цього виду позикового капіталу від інших та умовами швидкого розміщення на ринку цінних паперів.

Переваги залучення капіталу у формі корпоративних облигацій:

- випуск облигацій дає змогу акціонерному товариству залучати додаткові фінансові ресурси без обмеження інтересів засновників та акціонерів, оскільки емісія облигації не веде до втрати контролю над товариством чи перерозподілу акціонерного капіталу;

- облигації можуть бути випущені на порівняно низьких фінансових зобов'язаннях за відсотками;
- у разі банкрутства підприємства вимоги власників облигацій будуть задоволені швидше, ніж власників акцій;

- облигації мають ширшу сферу розповсюдження, ніж акції завдяки зменшенню рівня ризику для інвесторів, оскільки забезпечено майном товариства [2].

Отже, корпоративні облигації є одним із найбільш перспективних джерел фінансування діяльності підприємств. Досвід зарубіжних країн доводить значимість даного інструмента, як основного у виборі підприємством способу залучення додаткових фінансових ресурсів. Корпоративні облигації дозволяють розподілити заборгованість між широким колом інвесторів. Також, строки та обсяги, під які залучаються облигації підприємств, є значно більшими, ніж при

комерційному кредитуванні. В проспекті емісії облігацій не так суворо прописується цільове використання коштів, отриманих в позику, що дозволяє залучати додаткові ресурси для нарощення потенціалу підприємства. Також, позитивна історія погашення процентів за облігаціями дозволяє підвищити кредитний рейтинг компанії, що відкриває доступ до нових джерел фінансування за меншою вартістю. Недоліками даного інструменту можна виділити не вигідну вартість залучення ресурсів при малих обсягах емісії, довготривалий процес випуску і розміщення, зниження ліквідності підприємства.

Отже, усі зазначені переваги та недоліки використання корпоративних облігацій як інструмента фінансування підприємства, визначають також й інвестиційні якості облігацій. На основі цього приймається рішення як про вибір способу фінансування, так і про обрання інструмента інвестування.

**Список використаної літератури:**

1. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок»: від 23.02.2006 № 3480-IV: за станом на 15 червня 2005р. [електронний ресурс] // - Верховна Рада України: [сайт]. URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/page> (дата зверення 20.10.2019)
2. Азаров А. О. Джерела формування та способи залучення позикового капіталу. Економічний простір. 2008. № 15. С. 126-135.
3. Іоргачова М. Корпоративні облігації як перспективний спосіб залучення інвестицій. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Ecan/2011\\_9\\_2/pdf/iorgacheva.PDF](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ecan/2011_9_2/pdf/iorgacheva.PDF) (дата зверення 20.10.2019)
4. Облігація. [електронний ресурс] URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%B3%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F> (дата зверення 20.10.2019)

**Тіхонова Ю.І.**, студентка  
**Науковий керівник: Дяченко Т.О.,**  
к.е.н., доцент  
Національний транспортний університет  
м. Київ, Україна

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК**

Сучасне мінливе зовнішнє середовище змушує підприємства постійно пристосовуватися до нових умов функціонування. Надзвичайно сильно піддаються такому впливу організації, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Розробка стратегії розвитку підприємства з урахуванням впливу зовнішніх факторів та міжнародного середовища є основою його успішного функціонування в майбутньому.

В умовах невизначеності навколишнього середовища та постійних змін в економіці актуальним є пошук компанією правильного шляху до розробки своєї стратегії. В переважній більшості сучасних джерел в області стратегічного менеджменту поняття стратегії розвитку підприємства розглядається з точки зору цілей її розробки, що пов'язані із підтримкою конкурентоспроможності підприємства на ринку, тобто конкурентної стратегії.



Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості [4].

Розробка стратегії розглядається як цілісний процес, орієнтований на підвищення рівня задоволеності споживачів шляхом удосконалення якості продукції, процесів менеджменту та маркетингу з метою досягнення стійкої конкурентоспроможності забезпечити синергетичний ефект в управлінні процесами розробки й безперервного вдосконалення стратегії підприємства в умовах світового співтовариства.

Перед прийняттям управлінських рішень щодо виходу на зовнішні ринки, керівництво повинне оцінити реальні можливості та масштаб зовнішньоекономічної діяльності на конкретному підприємстві. Адже, недоцільно буде витратити багато зусиль та коштів на розробку зовнішньої конкурентної стратегії, якщо ЗЕД займає незначне місце в загальних результатах діяльності компанії. Водночас, при збільшенні ролі ЗЕД на підприємстві, варто звернути особливу увагу на розробку спеціальних стратегій, системи міжнародного стратегічного менеджменту та реалізацію стратегічного контролю [2].

Будь-яка організація долає значні труднощі у процесі пристосування до зміни зовнішнього середовища. Пристосування до нових умов діяльності неможливо в межах застарілих організаційних рішень, без визначення напрямів необхідних перетворень організаційних форм і систем та без впровадження інноваційних організаційних заходів. Необхідно враховувати, що організаційні перетворення не повинні перешкоджати стратегічному розвитку підприємства, а навпаки забезпечувати стабільність діяльності в нових умовах.

При виборі стратегій основну роль повинні відігравати конкурентні переваги, якими володіє підприємство, враховуючи конкурентні бар'єри, які виникають на шляху до досягнення поставлених цілей. Відповідно до цього, усі фірми можна поділити на дві групи: сильні та слабкі, в яких підхід до вибору стратегії зовсім різний. Політика сильної фірми полягає у максимальному використанні переваг лідируючого положення, посиленню позицій і розвитку бізнесу в нових видах діяльності та на нових ринках. В той же час, слабкі фірми повинні обирати стратегії, які виведуть їх на новий рівень економічної діяльності [1].

Розробка стратегії ЗЕД це дуже складний управлінський процес. Вона повинна здійснюватися на основі цілей, визначених різними параметрами підприємства та задач, вирішення яких буде забезпечено прийняттям управлінських рішень на різних етапах формування і реалізації стратегії.

По-перше, треба провести комплексний аналіз ефективності діяльності на засадах фінансово-економічного аналізу та згрупувати економічні показники, що дозволить чітко виявити внутрішній потенціал підприємства.

По-друге, необхідно провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз пропонуваного підприємством та конкурентами товарів з метою виявлення стадії життєвого циклу товару та можливості його заміни. Цей аналіз проводиться на засадах складання карти стратегічних груп для визначення положення підприємства серед конкурентів та напрямку його розвитку в наявному конкурентному середовищі. Також необхідно проведення маркетингового дослідження ринку з метою виявлення переваг споживачів та оцінка постачальників для визначення якості сировини та рівня цін на неї в даній галузі.

По-третє, для визначення ринку привабливості зовнішньоекономічної діяльності підприємства доцільно провести матричний аналіз [3].

Для реального досягнення цілей стратегічного управління ЗЕД підприємства, в процесі формування ефективної системи стратегічного управління, необхідно враховувати, що реалізація поставлених задач по всіх напрямках повинна здійснюватись в їхньому взаємозв'язку й взаємозалежності.

Таким чином, використання збалансованої системи показників у сфері стратегічного управління підприємства дозволяє удосконалити систему прийняття стратегічних та тактичних рішень, оптимізувати використання обмежених внутрішніх резервів розвитку підприємства щодо подальшого розвитку конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

#### *Список використаних джерел:*

1. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. пос – К.: Знання, 2006. – 462с.
2. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. пос. – К.: Знання-Прес, 2002. –384с.
3. Луценко В. О. Розробка заходів підвищення ефективності експортних операцій промислового підприємства: автореф. [Електронний ресурс] / В. О. Луценко. – Режим доступу: <http://www.uran.donetsk.ua/masters/2002/fem/lutsenko/diss.htm>
4. Рубан І. В. Обґрунтування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах збалансованої системи показників [Електронний ресурс] / І. В. Рубан. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com/9.EISN2007/Economics/21328.doc.htm>

**Федуняк І.О.**, к.е.н., доцент

**Гачок О.П.**, магістр

ВП НУБіП України

«Бережанський агротехнічний інститут»,  
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Перехід економіки України до ринкових умов та її інтеграція зі світовими організаціями висунули жорсткі вимоги до конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому та світовому ринках. І особливо гострою ця проблема стала для підприємств сільського господарства, оскільки зумовлює чи не

найважливіший ринок, який має змогу зайняти конкуруючі світові позиції за показниками торгівлі.

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства характеризує здатність підприємства витримувати силу конкуренції у конкурентній боротьбі з іншими суб'єктами господарювання. Це дає можливість зміцнити власні позиції на ринку та пригнітити можливості суперників, використовуючи при цьому різноманітні способи. Вона також виступає важливим засобом, який регулює темпи і обсяги виробництва, стимулює виробників запроваджувати новітні досягнення в науці і техніці, що призводить до зменшення собівартості, а також дає можливість вдосконалювати організацію праці на виробництві.

Створення конкурентного середовища виступає важливим напрямом економічних реформ в нашій державі.

В кожній окремо взятій, як галузі економіки в цілому, так і в галузях сільського господарства, сформоване власне конкурентне середовище. Для того щоб ефективно функціонувати в ньому необхідно провести оцінку діяльності своїх конкурентів в даній галузі та розробити власні стратегії розвитку, адже в ході конкурентної боротьби насичується ринок більш якісними товарами.

В конкурентному середовищі для того щоб покращити свої позиції на ринку необхідно застосовувати такі засоби, як якість товару, визначення оптимальної ціни, надання сервісних послуг, рекламу тощо. Створення реального конкурентного середовища, де на перший план виходить добросовісна конкуренція є важливим напрямом економічних перетворень в державі.

У конкурентній боротьбі необхідна незалежність підприємців, що дає змогу самостійно визначати у яких галузях вести свою діяльність, для того щоб отримувати оптимальні прибутки. Це дає змогу створити реальне конкурентне середовище. Така дієвість реально існуючого конкурентного середовища є важливим результатом ринкових змін.

Зважаючи на те, що підприємство за умов ринкової економіки перебуває в конкурентному середовищі, воно зобов'язане всіма способами та методами брати участь у конкурентній боротьбі.

Основною складовою успіху в підприємстві є володіння конкурентними перевагами, тобто сукупністю ключових відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємству стійкої лідируючої конкурентної позиції на ринку на певний період [1, с. 41–42].

З точки зору підприємства, конкурентні переваги – це умови виживання підприємства в конкурентному середовищі й джерело одержання максимального прибутку від діяльності [2, с. 13]

Конкурентні переваги поділяються як на зовнішні, так і на внутрішні. Зовнішні концентруються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їхньої діяльності. Внутрішні – це характеристика внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система

менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів.

Саме врахування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, знання сильних і слабких сторін підприємства є основою досягнення конкурентних переваг сільськогосподарського підприємства.

Тому необхідно зазначити, що конкурентні переваги дають здатність підприємству якнайкраще застосувати свої обмежені ресурси, досягаючи більш вигіднішого і тривалого положення на ринку, ніж конкуренти. Тобто необхідно визначати, куди краще спрямовувати ресурси та які потенційні можливості підприємства слід розвивати, щоб забезпечити високий рівень його конкурентоспроможності.

Крім загальнонаукових, загальноприйнятих методів ведення конкурентної боротьби, особливого значення набувають інноваційні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємства. Так, потужні вітчизняні підприємства починають приділяти особливу увагу покращенню рівня корпоративної соціальної відповідальності, як можливого заходу забезпечення конкурентоспроможності шляхом підвищення репутації підприємства, тобто сприйняття компанії, її корпоративного бренду цільовими аудиторіями.

Дослідження 2017 року Global RepTrak 100 підтверджує, що серед трьох ключових факторів, що впливають на репутацію компанії, є саме соціальна відповідальність [3].

Проведені теоретичні дослідження дають підстави стверджувати, що своєрідним вираженням конкурентоспроможності аграрного підприємства є його конкурентний статус у ринковому конкурентному середовищі та у конкурентній боротьбі.

#### *Список використаних джерел:*

1. Близнюк С.В, Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. Інвестиції: практика та досвід. 2011. №7. С. 41–42.
2. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. К. 2006. 160 с.
3. The World's Most Reputable Companies. URL: <https://reputationcapital.blog/2017/04/lidery-korporativnoj-reputacii-2017-ana>.

**Хілуха О. А.**, к.е.н., доцент

**Адамюк А. О.**, студент

Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА**

Значні швидкі зміни у ринковій економіці висувають нові вимоги до сучасних підприємств, що стимулюють їх до використання та планування таких стратегій, які б враховували не лише специфіку промисловості, а й нові методи виробництва, використовували інноваційні технології, покращували систему управління виробничою діяльністю. А тому розробка правильної та чіткої

стратегій управління виробничою діяльністю підприємств лісового господарства є надзвичайно актуальним в сучасних умовах.

Зростання рівня конкуренції, глобалізація економічних процесів обумовили необхідність стратегічного мислення щодо процесів управління виробничою діяльністю, базою якого повинно бути ефективний, цілеспрямований, максимально можливий подальший розвиток лісогосподарських підприємств.

Вважаємо, що стратегія управління виробничою діяльністю підприємств лісового господарства повинна характеризувати набір дій, методів та норм, наявність можливих ресурсів, їх раціональне використання для досягнення поставлених цілей. При цьому наявна стратегія повинна враховувати і можливість модифікації відповідно до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, бути готовою вчасно адаптуватися до неврахованих майбутніх обставин, взаємопов'язаною з минулими показниками, чинниками, відповідати базовим завданням підприємства тощо [1].

Формування подальшої стратегії виробничої діяльності лісогосподарських підприємств повинна враховувати такі показники як гнучкість виробничої діяльності та ймовірність її подальшого розвитку. У результаті впровадження такої моделі можуть виникнути ризики невчасного постачання продукції, невідповідності лісопродукції основним технологічним і організаційно-економічним показникам, оптимального розміру вкладень інвестиційних ресурсів тощо [1].

Для розробки ефективної виробничої стратегії потрібно мати достовірну інформацію про наявний стан ринку, рівень конкуренції на ньому, зміну попиту та пропозиції, чинників, які впливають на ці зміни, переваги та недоліки діяльності досліджуваного підприємства.

Підприємство в своїй діяльності може використовувати одночасно кілька стратегій, які можуть бути тісно взаємопов'язані та швидко адаптуватись до можливих прогнозованих чи непрогнозованих ринкових змін.

Важливо зазначити, що для всіх лісогосподарських підприємств обрання однієї стратегії не можливо навіть при визначенні якогось одного показника, приміром, прибутку. Тому фахівці при розробці виробничої стратегії повинні враховувати масштаби діяльності, наявні ресурси, попит на свою продукцію, місткість та сегмент ринку, споживачів тощо. Реалізація стратегії повинно призвести до вирішення економічних, соціальних, екологічних та суспільних завдань, які стосуються лісової промисловості. Такими стратегіями є:

1. Стратегія переорієнтації виробництва використовується за умови низького попиту на продукцію підприємства та досить невисоким рівнем прибутку. За таких умов важливим є вчасно прийняти рішення про кардинальні зміни в діяльності підприємства. Це може призвести до виходу на нові ринки та одержання прибутку. Важливо відмітити, що вихід на нові ринки можливий лише за умови переорієнтації виробництва чи розробки нового товару, що потребує додаткових економічних, організаційних, технічних та ін. затрат. Крім того використання стратегії переорієнтації виробництва доцільно використовувати в межах однієї номенклатурної групи або ж повного асортименту продукції.

Зазначимо, що за таких умов традиційні продукти, які виробляє підприємство, знаходяться на стадії спаду життєвого циклу. При цьому підприємство характеризується наявністю кваліфікованого персоналу, може швидко переорієнтуватися на нові виробництва, які тотожні з основним профілем діяльності підприємства [1].

За умови розробки та впровадження нових продуктів, які не збігаються з традиційним профілем діяльності підприємства, може виникнути ризик низького рівня виробництва та обсягів реалізації на існуючих ринках.

2. Стратегія стабілізації виробництва може використовуватися за умови середнього попиту на продукцію, при цьому прибутки підприємства характеризуються також невисоким рівнем доходу. Така ситуація для підприємства є цілком прийнятною, є характерною протягом нетривалого певного періоду час. За такої виробничої стратегії підтримується існуючий рівень виробництва, видатки на подальший розвиток є мінімальними.

3. Стратегія повної спеціалізації використовується підприємствами за умови високого рівня прибутковості та високих темпів зростання попиту. Важливим є вчасна концентрація уваги на виробництві одного виду продукції – найбільш перспективного, що забезпечує мінімізацію витрат та утримання позицій лідера. При цьому актуальним є правильно спрямована увага на обрані сегменти ринку.

4. Стратегія унікальності виробництва використовується підприємствами за умови високого рівня прибутковості та низького рівня попиту на товари, адже ціни на даний товар є досить високими, обсяги виробництва обмеженими. Товар, що виготовляється підприємством, з використанням стратегії унікальності виробництва є особливим, унікальним, полягає у рідкісності, специфічних характеристиках, універсальності застосування тощо. Особливість унікального товару полягає у тому, що він відрізняється від конкуруючих дизайном, іміджем, неповторністю, використанням у виробництві матеріалів високої якості тощо. Підприємство, посередники отримують високий рівень доходу, а особливість та неповторність продукту послаблює вплив великих клієнтів.

5. Стратегія диверсифікації характеризується середніми значеннями прибутку за низького попиту на товар. За таких умов важливим є збільшення рівня попиту на продукцію, що виготовляється. Цього можна досягти шляхом диверсифікації. Використання даної стратегії є актуальним для одного асортиментного ряду та полягає в різноманітності, що забезпечується розширенням галузевого діапазону діяльності підприємства.

6. Стратегія обмеженої спеціалізації виробничого процесу. Використання вказаної стратегії є характерним при високому рівню доходу та середньому рівню попиту. Особливість використання даної стратегії зводиться до того, що підприємство покращує якість товарів, але зменшує асортимент для певного сегменту ринку. Ціна за таких умов також зростає через вищу якість.

7. Стратегія модифікації виробництва характеризується низьким рівнем прибутку та середнім рівнем попиту на продукцію підприємства. При впровадженні даної стратегії актуальним є використання інноваційних технологій, розробка та впровадження якісно нового товару. Пропонована

продукція на ринку буде завжди актуальною та попит на таку продукцію зростатиме.

8. Стратегія інтенсифікації використовується підприємствами при середньому рівні прибутковості та високому рівні попиту. Зростання рівня прибутковості можна досягти шляхом збільшення обсягів виробництва, що можливі при покращенні чи модифікації існуючого товару.

9. Стратегія інноваційних перетворень виробництва (виробничих технологій) є оптимальною для використання лісогосподарськими підприємствами за умови низького рівня прибутковості та високого рівня попиту. Збільшення прибутку можна досягти за рахунок виробництва наукомісткої продукції інноваційного характеру [2, 3, 4].

Таким чином, виробнича стратегія спрямована на використання і розвиток усіх виробничих потужностей для досягнення стратегічної конкурентної переваги. Особливість такої стратегії полягає в тому, що системно використовує й інші види діяльності лісогосподарського підприємства (маркетингова, фінансова, інноваційна, інвестиційна діяльність, діяльністю персоналу тощо), які створюють умови для оновлення та подальшого розвитку виробництва.

#### *Список використаних джерел:*

1. Волинець І. Г. Управління виробничою діяльністю підприємств лісового господарства на засадах гнучкості : дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2016. 238 с.

2. Ковтун О. І. Стратегія підприємства : навч. посібник [3-тє вид.]. Львів : „Новий світ – 2000”, 2007. 324 с.

3. Сумець ОМ., Тумар М. Б. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека : навч. посібник. – К. : „Хай-Тек Прес”, 2008. 400 с.

4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : Підручник. [2-ге вид., перероб. і доп.]. К. : КНЕУ, 2004. 699 с.

**Ціжма О. А.,** пошукувач

**Науковий керівник: Алексеєнко Л. М.,**

д.е.н., професор

Івано-Франківський навчально-науковий

інститут менеджменту

Тернопільського національного економічного

університету, м. Івано-Франківськ, Україна

### **ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИ ВИБОРІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Ефективність процесів розподілу і використання фінансових ресурсів для формування трудового потенціалу передбачає прийняття рішень щодо досягнення оптимальності та ефективності їх використання. При виборі інноваційного напрямку розвитку економіки кожен працівник, окремі групи і суспільство в цілому мають у своєму розпорядженні можливість здійснювати та вдосконалювати трудову діяльність, значно підвищувати її ефективність і якість.

За підрахунками Міжнародного валютного фонду до 2030 року Україна втратить приблизно 15% робочої сили, а до 2050 року падіння сягне 30%. Так, з

20 березня 2018-го виїхало понад 1,3 мільйона трудових мігрантів, кожен хвилину їх число збільшується на 2 людини. [1]. У серпні 2019 року було опитано 104 топ-менеджера компаній-членів Європейської бізнес-асоціації. На розвиток бізнесу в 2020 році розраховують 77% опитаних, при цьому 45% CEO прогнозують зростання доходів на 10-20%. Як свідчать результати опитування, лише 33% компаній у 2020 році мають намір починати нові інвестиційні проекти в Україні. У порівнянні з прогнозом на 2019 рік скоротилася кількість компаній, які мають намір розширювати штат: 47% компаній планують залишити кількість співробітників на рівні 2018 року, а 46% CEO – розширити штат (в 2018 році таких компаній було 58%). [2].

Відповідно зростають вимоги до підвищення ефективності та відповідальності працевлаштування громадян. Поділяємо точку зору, що для цього варто оцінити рівень розвитку національного людського капіталу в Україні [3, с. 68–85]. Вважаємо, що цьому сприятимуть такі заходи: відновлення безперервності навчання (профорієнтація усіх соціальних груп та вікових категорій осіб, які звернулися до державної служби зайнятості; професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації зареєстрованих безробітних); запровадження нових форм та методів пошуку підходящої роботи та укомплектування вакансій роботодавців (картка укомплектування вакансій, перехресне стажування безпосередньо на робочих місцях, організація співбесіди роботодавця з шукачами роботи у форматі онлайн).

У сучасній економіці залучення фінансових ресурсів для формування трудового потенціалу залежить від реальності визначення обсягів фінансування, ступеня доступності фінансових ресурсів і ризиків, пов'язаних із конкретними джерелами та формами фінансування. Цьому сприятиме Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо забезпечення економічного зростання, стимулювання розвитку регіонів та запобігання корупції» від 20 вересня 2019 року № 713/2019, який передбачає внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо оновлення законодавства про працю [4].

В організаційно-прикладному аспекті трудовий потенціал не має статичного характеру, а знаходиться у постійному розвитку – динаміці. Формою такого розвитку трудового потенціалу є процес відтворення, який, у свою чергу, є складовою процесу суспільного відтворення загалом і потребує відповідного фінансування. Вимагає зваженого підходу і дослідження відповідності фінансування персоналу для розвитку трудового потенціалу, підвищення продуктивності праці і ефективності виробництва.

Підприємництво має стати більш соціально орієнтованим, поєднувати досягнення прибутку з суспільними пріоритетами. Програми розвитку підприємництва передбачають: по-перше, нове будівництво, реконструкцію, модернізацію і технічне переозброєння підприємств; по-друге придбання нового бізнесу або нематеріальних активів (ліцензії, патенти), які надалі будуть використані підприємствами для реалізації програм розвитку. Підприємці мають співпрацювати з економічно активним населенням, яке включає сукупність працездатних зайнятих і безробітних громадян, що забезпечують пропозицію



робочої сили на ринку праці для товарного виробництва і сфери послуг у певному періоді.

Підсумовуючи зазначимо, що варто посилити цільову відповідальність між державою, підприємницьким співтовариством і громадянами для досягнення інноваційних стратегій і завдань суспільного розвитку. Важливо здійснювати організаційно-правові заходи щодо наближення вітчизняного трудового законодавства до європейських і міжнародних норм, зокрема у контексті зменшення нелегальної зайнятості (шляхом детінізації доходів та відносин у сфері зайнятості населення); запровадження механізмів стимулювання роботодавців легалізувати оформлення трудових договорів; посилення відповідальності за порушення законодавства про працю та порушення платником податків порядку подання інформації про фізичних осіб-платників податків.

**Список використаних джерел:**

1. До 2050 року Україна втратить понад третину робочої сили (24 липня 2019). URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10628409-na-zakarpatti-mitniki-viyavili-novu-partiyu-kontrabandnih-sigaret-lvivskoj-tyutyunovoji-fabriki.html> (дата звернення: 20.10.2019).

2. ЄБА озвучила прогноз курсу на 2020 рік (23 вересня 2019). URL: <http://finbalance.com.ua/news/vropeyska-biznes-asotsiatsiya-ozvuchila-prohnoz-kursu-na-2020-rik> (дата звернення: 20.10.2019).

3. Притуляк Н. М. Оцінка рівня розвитку національного людського капіталу в Україні. *Економіка України*. 2017. № 12. С. 68–85.

4. Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо забезпечення економічного зростання, стимулювання розвитку регіонів та запобігання корупції» від 20 вересня 2019 року № 713/2019. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/7132019-29789> (дата звернення: 24.10.2019).

**Чепела В.О., студент**

**Науковий керівник: Пурій Г. В., к.е.н.,**

Криворізький економічний інститут ДВНЗ

«Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана», м. Кривий Ріг, Україна

**ОСНОВНІ НАПРЯМКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ  
МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ**

Сучасна міжнародна система формується під впливом таких глобальних факторів і пов'язаних з ними тенденцій, як народонаселення, природні ресурси і довкілля, наука і технології, світова економіка і глобалізація, національне і міжнародне управління, врегулювання конфліктів, лідерство у формуванні нового світового порядку. Проте, в умовах економічної нестабільності, соціальної та екологічної кризи в Україні, необхідною умовою реформування сучасної економіки є розвиток соціальної відповідальності, як головного чинника досягнення сталого розвитку України.

Питання корпоративної соціальної відповідальності розглядаються в роботах таких зарубіжних і вітчизняних учених, як Г. Боуен, К. Девіс, Д. Свансон, Р. Акерман, Д. Вуд, Г. Арас, С. Ли, П. Мін-Донг, С. Сеті, М. Шварц, А. Керролл, Кім, Лінк, В. Фредерік, Ю. Благов. Але, в Україні практика КСВ (корпоративної

соціальної відповідальності) все ще не стала частиною організаційного управління в компаніях, оскільки тільки в половині компаній, з числа тих, які реалізують політику КСВ, є стратегія (політика) соціальної відповідальності, чверть компаній має бюджет на виконання програм або заходів із соціальної відповідальності, а в більшості компаній пошуком ідей для програм з КСВ та розробкою планів їх реалізації займається керівництво [2].

Подолання економічної кризи й формування об'єктивних передумов стійкого розвитку економіки України неможливе без розповсюдження КСВ та створення сприятливого інвестиційного клімату як важливої конкурентної переваги подальшого економічного розвитку системи.

Сучасна модель розвитку України базується на засадах Концепції сталого розвитку, як передумови довгострокового прогресу людства, який супроводжуватиметься збільшенням капіталу та поліпшенням екологічних та соціальних умов. Україна, як і більшість країн світу, підтримала концепцію сталого розвитку, що зумовлює виконання соціально орієнтованих вимог у різних галузях. В умовах сталого розвитку задоволення потреб здійснюється без збитку для майбутніх поколінь.

Концепція “сталого розвитку” лежить в основі моделі розвитку ЄС, націленої на те, «щоб відповідати викликам сучасності, не загрожуючи можливостям майбутніх поколінь щодо задоволення їхніх потреб. Метою є поліпшення умов життя людини при збереженні його життєвого простору в коротко-, середньо- і довгостроковій перспективі» [1].

**Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» передбачає** чотири основні вектори: вектор розвитку; вектор безпеки; вектор відповідальності та вектор гордості [1]. Сталий розвиток держави передбачає забезпечення економічно ефективного, соціально справедливого та екологічно чистого розвитку.

Тому нова світоглядна парадигма розвитку України та країн світу має задовольняти потреби нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь. Така модель розвитку організації має на меті досягнення високої економічної ефективності, високий рівень соціальної відповідальності та домінуючу екологічну безпеку. Зазначене зумовлює пріоритетність розвитку КСВ в Україні.

Реалізація політики КСВ в Україні значною мірою орієнтується на державну та міжнародну підтримку. Через фонди, засновані іноземними державами та організаціями, в Україні реалізуються проекти пільгового кредитування для соціально значимих проектів. Таким прикладом виступає Western NIS Enterprise Fund, заснований за фінансування уряду США через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Програма Соціального інвестування WNISEF спрямована на забезпечення підтримки приватних підприємств та фізичних осіб-підприємців з метою досягнення соціального та екологічного впливу в Україні через створення механізму доступного кредитування спільно з банківськими установами, надання тренінгових і консультаційних послуг, коучингу і наставництва. Внаслідок програми підприємці і бізнес отримують можливість вирішувати соціальні та екологічні проблеми через фінансові інвестиції та надійні

практики ведення бізнесу. Важливим чинником цієї програми є надання Фондом консультування та підтримки в процесі реалізації та впровадження бізнес-планів [3].

Сучасними формами прояву соціальної відповідальності міжнародних компаній в економіці України є [2]:

- розвиток і поліпшення умов праці персоналу;
- захист і підтримка споживачів;
- інвестиції в розвиток регіону;
- допомога воїнам АТО та мешканцям зони АТО;
- благодійна допомога;
- участь у розробці реформ та законів;
- здійснення екологічних проектів;
- боротьба з корупцією;
- допомога переселенцям;
- інше.

На думку опитаних представників багатонаціональних компаній, для розвитку КСВ потрібно:

- провести окрему просвітницьку кампанію з корпоративної соціальної відповідальності для суспільства;
- підвищувати обізнаність про Національний контактний пункт з відповідальної бізнес-поведінки;
- ввести курси з КСВ в університетські програми;
- розробити нормативно-правову базу в державі, яка б сприяла цій діяльності;
- активізувати участь бізнес-асоціацій у популяризації КСВ [2].

Тому, сприяння розвитку КСВ в Україні має охоплювати наступні напрямки:

- формування сприятливого інформаційного середовища для КСВ та всебічне впровадження культури соціальної відповідальності;
- розробка та впровадження пільгових інструментів активізації соціальної відповідальності для бізнесу на державному рівні;
- включення системи розвитку КСВ в урядову програму підтримки підприємств;
- створення системи підтримки практики КСВ із залученням представників банківських установ та іноземних консультантів з розвитку КСВ, створення мережі навчально-консультаційних центрів з КСВ;
- забезпечення взаємодії існуючих бізнес-інкубаторів в Україні із підприємства;
- забезпечення підвищення прибутковості проектів КСВ за рахунок спільної співпраці із науково-дослідними інститутами та інноваційними центрами.

Наступним кроком є поступове розширення соціальної відповідальності на основі добровільних ініціатив для вирішення соціальних та економічних проблем, поліпшення екологічного середовища, покращення якості продукції, сприяння інноваціям тощо.

Остання і найбільш важлива стадія розвитку КСВ передбачає активні дії компанії, спрямовані на сприяння КСВ всередині бізнес-спільноти: бізнес-партнерів, постачальників, професійних асоціацій, колег по бізнесу. Як результат, компанія працює не тільки над власною КСВ, а й стає постачальником ідей КСВ для бізнесу.

З огляду на зазначене, розширення соціальної відповідальності міжнародних компаній в економіці України має бути спрямоване на комунікативні зв'язки підприємства. За умов діджиталізації всіх сфер діяльності компаній, впровадження інформаційно-комунікативних технологій є перспективним напрямом подальшого розвитку КСВ в Україні.

Створення надійної та ефективної системи КСВ дозволяє компаніям не тільки внести позитивний внесок у соціальне благополуччя та екологічну стійкість, але й сприяє підвищенню продуктивності та стійкості бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Стратегія Сталого Розвитку "Україна - 2020"/ Указ Президента України, 12 січня 2015 року, № 5/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>

2. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. Укладачі: Зінченко А., Саприкіна М. – К.: Видавництво «Юстон», 2017. – 52 с.

3. Соціальне підприємництво кредитування спільно з WNISEF. ОЩАДБАНК. (2018). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua/business/loans/socializing/>

**Шандрівська О. Є.**, к.е.н., доцент  
**Шандрівський В. А.**, магістрант  
Національний університет «Львівська  
політехніка», м. Львів, Україна

## **ВИКЛИКИ НЕОІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА: ТРАКТУВАННЯ ОСНОВНИХ ЗАВДАНЬ**

Тенденції глобалізації та інформатизації, які охопили світову економіку, набуваючи масштабного характеру, спричинили значні соціальні та економічні перетворення та започаткували фазу неоіндустріалізації сучасних макроекономічних систем. За неоднозначного трактування економічних переваг та недоліків неоіндустріального розвитку національного господарства (надалі - НГ) з характерними для нього рисами - глибокою структурною перебудовою та системною деградацією промислового виробництва, зростанням кваліфікаційного та структурного безробіття, і як наслідок низької конкурентоспроможності національної економіки з одного боку, та позитивних соціальних ефектів, у першу чергу соціалізації бізнесу та зростання зайнятості у сферах з високою часткою низько кваліфікованої праці, а також зростання наукоємних галузей та розширення сегменту вузькоспеціалізованих інтелектуальних працівників у них - з другого, перед НГ стоїть завдання сформулювати відповідь на: а) виклики світової економіки, які на рівні НГ трансформувались у необхідність збільшення частки високотехнологічних виробництв в структурі ВВП та активізації малого

інноваційного бізнесу згідно цільових орієнтирів розвитку промисловості. Якщо перша складова вимагає активного державного супроводу у пропозиції нових товарів, послуг і бізнес-моделей, а також формування прогресивної технологічної та галузевої структури промислового сектору, ядром якого мають виступити наукоємні розвинуті технології під впливом розвитку індустрії 4.0, то ініціювання неоіндустріалізації для другої - можлива у зв'язку із розвитком Інтернет-технологій та поширенням електронної торгівлі; б) необхідність кадрового, фінансового забезпечення; розбудови ланцюга «науковий девелопмент – виробництво – споживач»; системний імпорт високих технологій (придбання технологічних активів, трансфер технологій тощо) [1]; в) суперечності економічної й соціальної сфер (з метою пом'якшення впливу економічних відносин на соціальну структуру суспільства і навпаки). Разом з тим, діджиталізація бізнесу, особливо індустрій з високою залученістю споживачів і довгим циклом продажів, засвідчує активне впровадження концепції маркетингу 4.0, яка глибоко проникає у всі сфери соціуму.

Очікується, що позитивні ефекти неоіндустріальної модернізації мають віднайти своє відображення у побудові структурно-технологічної модернізації галузей НГ, зростання задоволення внутрішніх споживчих та соціальних потреб, потреб інвестиційних, підвищення суспільного добробуту в країні.

*Список використаних джерел:*

1. Решетило В. П. Неоіндустріалізація та її вплив на розвиток вітчизняної та міжнародної економіки [Текст] / В. П. Решетило, І. А. Островський // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск 18, частина 3. – 2018. - С 21-25.

**Шостак Л.В.**, к.е.н., доцент  
**Шепелюк Н.П.**, студентка  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки  
м.Луцьк, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ**

Адекватна і ефективна система корпоративного управління дуже часто розглядається як найважливіша складова комплексної підтримки, спрямованої на надання радам директорів і керівництву компаній сприяння в пошуках відповідей на питання, що їх цікавлять і забезпечення довгострокової стійкої вартості для акціонерів і зацікавлених сторін.

За умови, що впроваджена вірно, система корпоративного управління сприяє зміцненню довіри до ринків капіталів. Незадовільне корпоративне управління часто називають основною причиною корпоративних провалів і масштабних фінансових криз (наприклад, азіатської фінансової кризи 1997 року і глобальної фінансової кризи 2008 року). Зокрема, в якості серйозних недоліків часто вказуються проблеми з виконанням радою директорів своїх функцій і дотриманням етичних цінностей, проблеми з дотриманням принципу різноманіття

в раді директорів і залученням до ради директорів осіб, що володіють необхідними навичками, а також проблеми з дотриманням принципу незалежності, впровадженням структури винагород і системи управління ризиками та забезпеченням достовірності фінансової звітності [1, с. 25].

Регулюючі органи постійно шукають способи вдосконалення не тільки самих вимог, а й рівня сприяння зі сторони компаній в частині їх впровадження (іншими словами, дотримуються підходу «пріоритет змісту над формою») [2, с.85].

Наша думка полягає в тому, що корпоративне управління спирається на п'ять взаємопов'язаних принципів, кожен з яких повинен бути присутнім і справно функціонувати для реалізації корпоративного управління. Вони відповідають п'яти основним елементам корпоративної структури:

1. Стратегія і культура керівництва
2. Структура і контроль ефективності
3. Ризик
4. Управлінська інформація та контроль
5. Прозорість та звітність

Такими принципами відповідно є:

1. Керівництво
2. Ефективність
3. Підзвітність та відповідальність
4. Винагорода
5. Відносини з зацікавленими сторонами.

Існує кілька факторів, які обумовлюють вдосконалене корпоративне управління. Вони варіюються від очікувань зацікавлених сторін щодо результатів діяльності до необхідності в управлінні комплексності та управління ризиками, від різних регуляторних вимог до прагнення забезпечити капітал за прийнятною вартістю. Але, що цікаво, не всі рушійні фактори однаково важливі для досягнення ефективності корпоративного управління [3].

Ці різні чинники вводять і допомагають формувати структури, процеси і культуру корпоративного управління компанії, що застосовуються і підтримуються радою директорів.

У більшості країн використовується поєднання інструментів КУ, до складу яких входять законодавчі документи (закони про компанії та правила лістингу), кодекси КУ і керівництва кращої практики, але в інструментах далеко не завжди містяться посилання на регулюючі їх документи [4].

Дещо більше вимог, що стосуються КУ, містяться в інструментах, заснованих на принципах («дотримуйся або поясни причину недотримання», добровільне дотримання), що вказує на їх здатність забезпечувати більш чітко сформульовані вимоги щодо порівняно з законодавчими актами. Але наявність безлічі інструментів підвищує ризик того, що вимоги будуть суперечити одна одній, а результатом цього буде плутанина з їх дотриманням на практиці.

**Список використаних джерел:**

1. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія та практика: [підручник] / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк, Ю. С. Занько. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 360 с

2. Коробка С.В. Корпоративне управління в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З.Іжицького. 2016. – Т. 18. – № 2. – С. 80-83.

3. Окунев О. Корпоративне управління як новий тренд українських компаній [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://yur-gazeta.com/publications/events/korporativne-upravlinnya-yak-noviy-trend-ukrayinskihkompaniy.html>

4. Козакова Т.С. Сучасні підходи до визначення корпоративного управління в умовах інформаційної економіки // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 1. – С. 56-58.

**Шушкова Ю. В.**, к.е.н., доцент  
Львівський національний університет імені  
Івана Франка, м. Львів, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС ПРОЦЕСІВ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

В сучасних умовах економічного розвитку, процеси перебудови, розбудови, оновлення техніко-технологічних систем функціонування реального сектору економіки невід’ємно пов’язують із поняттями індустріалізації, а в їх новому сучасному контексті із концептами неоіндустріалізації та реіндустріалізації а також поняттям технічної, технологічної модернізації економіки. Реальний сектор економіки має вагоме значення, як основа стабільності функціонування економічних систем провідних країн світу та каталізатор всіх основних інноваційних, прогресивних процесів науково-технічного, технологічного, соціального розвитку й підґрунтя створення додаткової вартості, матеріальних і нематеріальних цінностей.

Вагомий внесок у розвиток світової економіки та промисловості розвинених країн забезпечила індустріалізація. Проте, на сьогодні економічними лідерами стали ті держави, де активно підтримуються і розвиваються нові прогресивні галузі промисловості (інформаційних технологій, біотехнологій, нових технологій в машинобудуванні, альтернативній, новій та ефективній енергетиці, тощо). Орієнтація на такі процеси розвитку отримала назву реіндустріалізації економіки.

Реіндустріалізація економіки – це процес структурних змін та інституційних реформ в системі національного господарства, орієнтований на становлення і розвиток, нарощування потенціалу та забезпечення конкурентоспроможності нових прогресивних галузей промисловості та інших базових видів економічного діяльності на засадах інтелектуалізації.

Впровадження процесів реіндустріалізації на основі технологічної модернізації спрямоване на відновлення та зростання темпів індустріального розвитку, внаслідок оновлення, на інноваційних засадах, техніко-технологічних потужностей економічної системи країни, активного впровадження інституційних реформ та структурних змін, відбудови реального сектору економіки із метою створення потужного індустріального базису, основи майбутнього ефективного розвитку національної економіки.

Індустріальні процеси, проходять етапи еволюціонування, пов’язані із технологічними устроями, мають певні характеристики та особливості, що

визначають відмінність того чи іншого етапу від попередніх. Структурування та дослідження цих процесів дозволило визначити, що ключовими етапами еволюції економічного розвитку є етапи: індустріалізації як переходу економіки на промислові засади, що супроводжується удосконаленням засобів виробництва, розширенням основних фондів, створенням нової техніки, обладнання зростанням механізації та автоматизації технічних систем; деіндустріалізації як процесу згортання промислової, індустріальної активності, обсягів національного виробництва та сповільнення темпів економічного розвитку; реіндустріалізації як процесу структурних змін та інституційних реформ в системі національного господарства, орієнтованого на становлення і розвиток, на засадах інтелектуалізації; та неоіндустріалізації як процесу створення та розвитку нових прогресивних галузей національної економіки на основі активного застосування індивідуалізації, нанотехнологій біотехнологій, нових енергетичних ресурсів, зі зростанням в національній економіці частки високотехнологічних галузей виробництва.

Державне регулювання процесів реіндустріалізації на основі технологічної модернізації, впровадження процесів реіндустріалізації та практична реалізація відповідних реіндустріальних змін здійснюється із застосуванням адміністративних та економічних методів, інституційно-правового, організаційного, економічного, психологічного механізмів та широкого кола правового, адміністративного, економічного, організаційного інструментарію особливостями якого є здійснення комплексного системного впливу із метою активування інституційних, інноваційних, науково-технічних, інвестиційних, економічних, організаційних процесів та забезпечення масштабного динамічного оновлення технологічних засад національного виробництва та організаційних відносин спрямованих на технологізацію, інформатизацію, інтелектуалізацію економічних процесів та розбудови в країні потужної сучасної економіки.

В підсумку аналізу світового досвіду реалізації державної політики інноваційного та технологічного розвитку досліджено та узагальнено основні інструменти державної політики, що були застосовані технологічно розвиненими країнами світу у процесі їх інноваційної розбудови й розвитку, сформовано концептуальну динамічно-структурну модель та визначено сукупність складників процесів реіндустріалізації таких як індекси: відновлення потужностей національного виробництва; зростання частки виробництва високотехнологічної продукції; інвестування і фінансування інноваційного розвитку; технологічної модернізації, забезпечення ресурсами виробництва; зростання інноваційної активності; розвитку партнерських відносин, взаємодії; що окреслюють та визначають цільові орієнтири впровадження реіндустріальних процесів та є основою формування та планування стратегічних напрямів економічної політики країни необхідних для впровадження технологічних змін, вибору методів і інструментів, що можуть бути ефективно застосованими в реалізації економічної політики впровадження процесів реіндустріалізації та забезпечення інноваційного, технологічного розвитку.

*Список використаних джерел:*

1. The Global Competitiveness Report 2018 / Prof. Klaus Schwab (Ed.). Geneva: World



2. Rugman A.M. Porter Takes the Wrong Turn // Business Quarterly, 1992. – Vol. 56. – № 3. – P. 59-64.
3. Cho D.S. A dynamic approach to international competitiveness: The case of Korea // Journal of Far Eastern Business, 1994. – P. 17-36.

**Ющишина Л.О.**, к.е.н., доцент  
**Ковальчук М.В.**, магістрант  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЗАГОТІВЛІ ЦУКРОВИХ БУРЯКІВ ПЕРЕРОБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Виробництво цукру завжди було одним з провідних напрямків національної економіки країни. Ще до недавню Україна входила в першу десятку найбільших виробників цукру в світі. На виконання завдання підтримання внутрішнього та забезпечення зовнішнього ринку працювало 192 цукрових заводи, виробляючи в межах 6 млн.т. цукру, з яких 3,5 млн.т. реалізовувалися на експорт. Реалії сьогодення такі: залишилися діючими в сезон 2018/2019 рр. – 46 заводів, а в сезон 2019/2020 рр. – 31 завод. Загальний обсяг виробленого цукру за попередній господарський рік склав всього 2,1 млн.т. з них експортовано всього 113 тис.т. [1].

Як інформує Міністерство аграрної політики та продовольства України, у 2019 р. площі під посівом цукрових буряків становлять 221,9 тис. га, що на 52,8 тис. га менше у порівнянні з 2018 р. (у 2018 р. – 274,7 тис. га) [2].

Враховуючи багаторічний досвід і наявність виробничих потужностей Україна має можливість відродити свій потенціал у цій галузі. Збільшення виробництва цукру дасть можливість повернутися на світовий ринок, що дозволить збільшити валютні надходження в Україну.

Зрозуміло, що нарощування потужностей можливе лише при відродженні бурякосійних господарств, підвищенні ефективності вирощування і заготівлі цукросировини. Більшість діючих бурякосійних господарств на сьогоднішній день вже впровадили новітні технології вирощування цукрових буряків, і це дало їм можливість вижити в умовах жорсткої конкуренції. Дотримання вимог щодо вирощування цукросировини (ротація культур у сівозміні, використання науково обґрунтованих технологій вирощування, посів якісним насінням, інтегрована система внесення добрив і отрутохімікатів) впливає на ефективність роботи господарств.

Відповідно до Методичних рекомендацій [3], «ефективність роботи бурякосійних господарств визначається кількістю цукру, доставленого з буряками на бурякоприймальні пункти, і зокрема, загальною кількістю доставленої сировини, кількістю цукрових буряків, вирощених (заготовлених) з 1 гектара посівів, та їх якістю (цукристістю, вмістом К, Na та альфа-амінного азоту тощо)».

Варто брати до уваги, що витрати на 1 га при вирощуванні цукрових буряків сьогодні складають майже 40 тис. грн/га, що є вдвічі більше ніж, на 1 га соняшника. Тому аграріїв важко переконати вирощувати цукрові буряки. Крім того, технологія вирощування цукрових буряків вимагає застосування спеціальної техніки, та вищої кваліфікації агрономів, що переводить цукрові буряки до більш затратних культур порівняно з іншими.

За останні роки докорінно змінилась логістика заготівлі цукросировини. Колишня система заготівлі передбачала організацію сітки заготівельних пунктів, котрі територіально знаходилися у безпосередній близькості до сировинної бази.

Проте система не виправдала себе через додаткові витрати на утримання таких підприємств, а також додаткові втрати сировини при перевантаженні та природні втрати при зберіганні.

На сьогодні бурякопереробні підприємства ведуть боротьбу за постачальника цукросировини, складаючи договори контрактації з географічно віддаленими бурякосійними господарствами. Це призводить до збільшення логістичних витрат, завантаження доріг загального користування, їх пошкодження, збільшення

викидів вихлопних газів і підвищення собівартості готового цукру, що відповідно негативно впливає на його роздрібну ціну. Вважаємо, що держава повинна виступити регулятором на ринку заготівлі цукросировини, тоді у вигащі будуть всі: і виробники, і споживачі цукру.

Формуючи стратегію розвитку буряківництва в Україні потрібно враховувати тісну залежність дохідності буряківництва від врожайності та суми витрат на один гектар посіву [4].

Тому, на нашу думку, для удосконалення процесу заготівлі цукрових буряків слід відновити прямі зв'язки між вирощуванням та заготівлею цукрових буряків, створити ефективні інтеграційні формування в технологічному ланцюгу виробництва цукру. Цукор слід розглядати як стратегічний товар, так як він є сировиною для всіх виробництв харчової промисловості та готовим продуктом харчування населення. Враховуючи досвід зарубіжних виробників цукру, вважаємо доцільним, щоб держава через Департаменти агропромислового розвитку здійснювала регулювання процесу заготівлі цукросировини шляхом визначення районів заготівлі сировини для кожного бурякопереробного підприємства з врахування його потужності та ефективності переробки.

Враховуючи тенденцію до зниження ціни цукру на світовому ринку, бажаючи залишитись на ньому повноцінним гравцем, слід переглянути підхід до витратних складових в цукроварінні. Варто уникати необґрунтованих витрат на кожному етапі вирощування, заготівлі і переробки цукрових буряків. Адже правильно організована заготівля цукросировини – один з дієвих чинників, що позитивно вплине на собівартість цукру, а відтак на його ціну.

#### *Список використаних джерел:*

1. Цукрова галузь України в цифрах. Національна асоціація цукровиків України. URL: [http://storage.ukrsugar.com/uploads/pdf/7\\_UkrSugar\\_2019\\_uk\\_small.pdf](http://storage.ukrsugar.com/uploads/pdf/7_UkrSugar_2019_uk_small.pdf) (дата звернення 19.10.2019).

2. *Офіційний сайт* Міністерства аграрної політики та продовольства України URL: <https://minagro.gov.ua/ua> (дата звернення 19.10.2019).
3. Методичні рекомендації з визначення показників вироблення цукрози з 1 гектара посівів зони заготівлі цукрових буряків : затв. наказом Міністерство аграрної політики України від 18.12.2006 р. № 779. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0779555-06/ed20061218/find?text> (дата звернення: 21.10.2019).
4. Оченаш В. А. Ефективність виробництва цукрових буряків та цукру в Україні. Ефективна економіка. Дніпропетровськ, 2012. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1535> (дата звернення: 22.10.2019).

## СЕКЦІЯ V

### Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур

**Бережна А.О.**, студентка

**Науковий керівник: Карпова В.В.,**

к.е.н., доцент Харківський Національний  
економічний університет імені С.Кузнеця,  
м.Харків, Україна.

### **АНАЛІЗ ШЛЯХІВ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ІЗ ЗАКОНОДАВСТВОМ ЄС ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ПДВ**

Податкова система України більше орієнтована на непряме оподаткування. Непрямі податки впливають на загальні процеси ціноутворення та є надійним джерелом доходів бюджету країни. Основа наповнення доходів бюджету – ПДВ.

Сплачують податок кінцеві споживачі за ставкою 20%. Також існують знижені ставки у розмірі 7% та 0%

Дивлячись на методику нарахування та сплати ПДВ, його можна назвати найбільш проблемним податком. З одного боку наповнення бюджету, з іншого – корупційна складова, ухилення від сплати податку, недосконалий податковий облік.

Питанням стягнення ПДВ в Україні та ЄС досліджується такими вченими: О.Д. Василюком, Ю.Б. Івановим, А.І. Крисоватим та ін.

Деякі економісти виступають за скасування податку на додану вартість, але у зв'язку з євроінтеграцією, перспектив щодо відміни ПДВ в Україні немає. Обов'язкова умова для вступу в ЄС, наявність ПДВ.

Так, 11 квітня 1967 р. Рада ЄЕС прийняла Першу й Другу директиви про гармонізацію законодавств держав-членів, що регулюють непрямі податки. Перша директива впроваджувала в співтоваристві спільну систему ПДВ, друга – порядок його обчислення. В 1977 р. прийнято Шосту директиву 77/388/ЄЕС “Про гармонізацію законодавств державчленів у сфері податків з обігу – спільна система податку на додану вартість: єдині умови обчислення”. Шоста директива стала базовим нормативно-правовим актом ЄЕС з питань ПДВ, яку за критерієм обсягу регулювання можна порівняти з національним законом [2].

На сьогодні податок на додану вартість стягується більше, ніж у 130 країнах світу. Його розмір відрізняється від 5 до 28%.

Саме Директива Ради ЄС № 2006/112/ЄС вважається фундаментальним нормативно-правовим актом, тобто таким, що закріплює правові засади

оподаткування ПДВ у ЄС. Тому сторони Угоди й визначили цю Директиву однією з основних, що повинні бути адаптовані.

Таблиця 1

Ставки ПДВ в країнах ЄС

Країна	Базова ставка	Знижені ставки
1	2	3
Австрія	20	10
Бельгія	21	6;12
Великобританія	20	5
Німеччина	19	7
Данія	25	-
Іспанія	18	4;8
Кіпр	15	5;8
Литва	21	5;9
Нідерланди	19	6
Польща	23	5;8
Португалія	23	6;13
Румунія	24	5;9
Словаччина	20	10
Фінляндія	23	9;13
Франція	19,6	2,1;5,5
Чехія	20	10
Швеція	25	6;12

Дивлячись на таблицю 1, можна зробити висновок, що найвищі ставки ПДВ на сьогодні в Данії, Швеції – 25%. Найнижчі на Кіпрі – 15%. В Іспанії також нижча ставка, ніж в Україні – 18%[3]. Середня ставка в країнах європейського союзу становить близько 20,6%. Раніше декілька країн мали підвищені ставки, наприклад, в Італії до 38%. На сьогодні знижені ставки діють всюди, крім Данії. Також в усіх країнах, крім Португалії, діє ставка 0%.

Таким чином, аналіз зарубіжного досвіду застосування ставок ПДВ вказує на той факт, що кожна країна вибирає свій шлях розвитку податкової системи держави відповідно до встановлених цілей та пріоритетів, більшість країн все ж їх підвищують. Таким чином, в Україні ПДВ має фіскальні переваги, так як є одним із основних бюджетоутворюючих податків. Необхідність застосування ПДВ у податковій системі підтверджується загальноприйнятою міжнародною практикою, є обов'язковою умовою для вступу до ЄС, тому не викликає сумніву у зв'язку з прагненням України до євроінтеграції. Незважаючи на те, що ставка ПДВ на сьогодні є нижчою від країн ЄС, податку на додану вартість в Україні притаманний високий податковий тиск на кінцевих споживачів. Практика стягнення ПДВ у розвинених країнах свідчить про закономірність запровадження його диференційованих ставок за умов ефективного функціонування податкової служби, надання переваги соціальній ефективності податку [4].

Вважаю за необхідне запровадження диференціації ставок ПДВ в Україні за групами товарів, зокрема, знижених ставок податку при постачанні товарів

широкого вжитку, і перш за все, першої необхідності. Крім того, більш дієвим механізмом буде зниження ставки безпосередньо у виробничих сферах економіки, що дозволить прискорити їх розвиток.

**Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Вронська Г. ПДВ: історія розвитку та міжнародна практика / Г. Вронська // Податкова правда. – 2012. - № 5, березень [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.vvplawfirm.com/ru/publicationsall/55-pubcat/226-2012-03-15-14-24-52>
3. Ставки НДС в странах Евросоюза [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://taxman.org.ua/news.php?id=59>
4. Міжнародний досвід: податкова система Ірландії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://minrd.gov.ua/modernizatsiya-dps-ukraini/povidomlenia\\_/2011-povidomleniamodernizatsia/59343.html](http://minrd.gov.ua/modernizatsiya-dps-ukraini/povidomlenia_/2011-povidomleniamodernizatsia/59343.html)
5. Податкова арифметика уряду Франції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minrd.gov.ua/media-tsentr/mijnarodni-novini/120385.html>

**Борисюк О.В.**, к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **СУЧАСНІ ПИТАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління безпекою, зокрема, корпоративною економічною безпекою, є важливою темою, яка привертає увагу і викликає інтерес багатьох фахівців цієї галузі.

Економічна безпека підприємства – це його спроможність розвиватися та працювати в умовах постійно мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища, що характеризує його стійкість [1, с.270]. Інакше кажучи, під терміном «економічна безпека підприємства» розуміється стан захищеності важливих інтересів підприємства від внутрішніх і зовнішніх загроз для забезпечення стабільності та прогресування в майбутньому.

На формування економічної безпеки впливає ряд факторів. Зокрема, до них можна віднести наступні [5, с.95 ]:

- фактори виробництва, тобто ті фактори, які здійснюють безпосередній вплив на діяльність підприємства. До них можна віднести територіальне розміщення підприємства; природні ресурси, які є в його розпорядженні; наявну виробничу інфраструктуру і т.п;
- зміна кон'юнктури ринку, що викликана науково-технічним прогресом, державним втручанням, впливом інфляції, сезонності і т.п.;
- надійність постачальників сировини та матеріалів. Так, на економічну безпеку підприємства впливає цінова політика сформована відносно сировини, матеріалів та напівфабрикатів. Її практична ефективність залежить від диверсифікації постачальників, що дозволяє уникнути монополізації поставок. Крім того, необхідно розуміти, що суттєво вплинути на рівень економічної

безпеки можуть недостатньо правильно оформлені довгострокові контракти на постачання сировини та матеріалів (із нечітко вказаними термінами поставок, неякісними характеристиками сировини);

- компетентність керівництва підприємства, що визначається ступенем професіоналізму топ-менеджменту при прийнятті тих чи інших управлінських рішень;

- державне регулювання діяльності підприємства. Важливість даного фактора визначається роллю держави у створенні необхідних умов для сприяння виробництва продукції, захисту прав національних товаровиробників, розробки та впровадження обґрунтованих фіскальних заходів і т.п;

- надійний захист комерційної таємниці, що визначається здатністю держави гарантувати збереження таємниці щодо науково-технічних розробок, підтримки інтелектуальної власності тощо.

Але найбільшу небезпеку для сучасних підприємств представляє економічна злочинність як невід'ємний показник впливу всіх цих факторів [3, С.36]. Згідно з міжнародними дослідженнями, 21-е століття було визнане століттям шахрайства, оскільки цей вид злочину не є строго караним, але дуже вигідним і важко доказовим.

За оцінками міжнародної аудиторської компанії Price waterhouse Coopers (PWC), 49% організацій в світі є жертвами економічних злочинів [6, с.65]. За результатами дослідження 2018 року, 48% українських підприємств постраждали від випадків економічних злочинів та шахрайства протягом останніх двох років, порівняно з 43% у 2016 році. Хабарництво та корупція залишається одним із основних видів економічних злочинів, негативний вплив яких зазнають українські організації. До п'ятірки найбільш поширених видів економічних злочинів та шахрайства також входять: незаконне привласнення майна, шахрайство у сфері закупівель, шахрайство у сфері управління (рис.1).

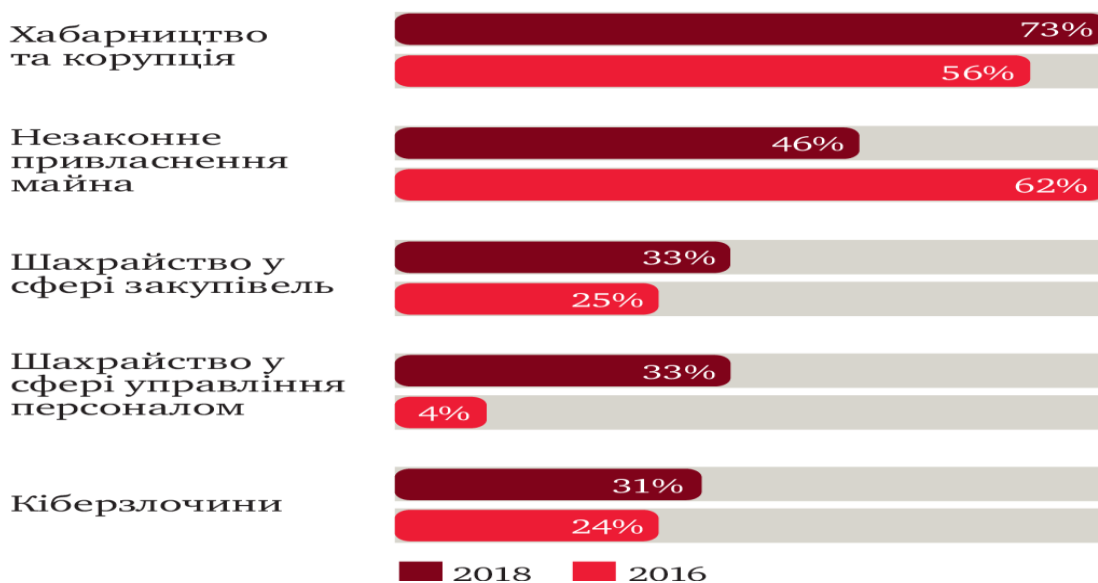


Рис.1. Топ 5 видів економічних злочинів або шахрайства в 2018 році\*

\* Джерело [2]

Незважаючи на збільшення витрат на боротьбу з економічними злочинами та шахрайством, багато вітчизняних підприємств все ще не займаються профілактикою шахрайства, а лише реагують або захищаються, коли факт шахрайства вже вчинений:

- лише 40% опитаних організацій в Україні проводили загальну оцінку ризиків шахрайства протягом останніх двох років.
- близько третини українських організацій повідомили, що проводили оцінку вразливості до кіберзлочинів.

Та ж негативна тенденція спостерігається в більш фокусній оцінці ризиків критичних напрямків діяльності організацій: протидії хабарництву та корупції, боротьбі з відмиванням коштів, або застосуванні санкцій та дотриманні вимог експортного контролю. Крім того, лише 27% вітчизняних підприємств проводили перевірку дотримання законодавства (due diligence) у сфері протидії хабарництву та корупції в процесі придбання / поглинання іншого бізнесу (порівняно з 45% організацій у світі).

Кількість кіберзлочинів, яких зазнають організації неухильно зростає з року в рік і цей вид економічного злочину несе високий ризик як для підприємств комерційного, так і державного сектору. Результати опитування за 2018 рік свідчать про зростання числа кіберзлочинів проти вітчизняних підприємств на 7%, порівняно з 2016 роком [8, с. 258]. Водночас розвиток технологій призвів до виникнення ряду нових загроз для підприємств, серед яких: шкідливе програмне забезпечення, фішинг, сканування мережі та атаки методом підбору паролю. А оскільки 16% українських респондентів переконані у вірогідності того, що їхнє підприємство постраждає від кіберзлочинів у наступні два роки, організаціям в Україні слід приділити максимальну увагу цьому виду економічних злочинів, які мають безпосередній вплив на економічну безпеку підприємства загалом.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України / О.В. Борисюк. International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
2. Всесвітнє дослідження економічних злочинів та шахрайства 2018 року: результати опитування українських організацій. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/pwc-gecs-2018-ukr.pdf>.
3. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк , 2013. 273 с.
4. Лугова В.М. Соціальна безпека як ключова підсистема безпеки підприємства. Бізнес-Інформ. Економіка. 2011. № 10. С. 69–72.
5. Пашнюк Л. О. Загрози економічній безпеці підприємства та засоби їх нейтралізації. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2013. Вип. 10. С. 93-97. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU\\_Ekon\\_2013\\_10\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2013_10_22).
6. Череп А.В., Лубенець І.О. Концептуальні засади економічної безпеки підприємств. Вісник Запорізького національного університету. 2010. № 1 (5). С. 63–66.
7. Юртаєва К.В. Сучасні тенденції економічної злочинності в Україні. Вісник кримінологічної асоціації України. 2018. № 2 (19). С. 115.



8. Ярова Ю.О. Структура економічної безпеки підприємства в умовах кризи. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2016. № 13. С. 257–263.

**Брах С. В., студентка**  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.,**  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ВНУТРІШНІ І ЗОВНІШНІ ЗАГРОЗИ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Забезпечення економічної безпеки підприємства полягає в досягненні максимальної стабільності функціонування, а також створення основи і перспектив зростання для виконання цілей бізнесу, незалежно від об'єктивних і суб'єктивних загрозливих факторів. Кадрова безпека-процес запобігання негативного впливу на економіку підприємства за рахунок зниження ризиків, пов'язаних з персоналом.

За різними підходами кадрова безпека визначається як:

- стан системи, тобто стан захищеності інтересів організації й удосконалення її людського капіталу [1];
- сукупність процесів, що спрямовані на збереження, зміцнення і розвиток кадрового потенціалу [2, с. 266];
- сукупність заходів, спрямованих на запобігання протиправним діям з боку персоналу підприємства [3, с. 44].

Головне завдання економічної безпеки полягає в тому, щоб суб'єкти підприємницької діяльності мали стабільність у функціонуванні. Перш за все, забезпечення економічної безпеки полягає в захисті інформації. Документація на підприємстві - комплекс документів, в яких прописуються правила створення організації, встановлення режиму роботи і системи охорони та ін. На підприємствах існує така документація, яка носить конфіденційний характер, вона не повинна поширюватися і оголошуватися на загал. Це робиться з метою безпеки підприємства, тому що конкуренти роблять всіляке, щоб вкрасти у компанії клієнтів або певним способом виставити компанію не в тому «світлі». Як показує практика, даними махінаціями займається недобросовісний персонал підприємства [4].

За останні роки економічні злочини значно зросли, а особливо, злочини з боку менеджерів і працівників. Співробітник підприємства може знайти доступ до будь-якої документації та активів підприємства. Запобігти цьому в повній мірі практично неможливо. Дана проблема є актуальною на даний день, фахівці намагаються знайти варіанти вирішення проблеми кадрової безпеки підприємства.

Кадрова безпека має пряме і безпосереднє відношення до кадрів підприємства. Саме персоналу підприємства необхідно приділяти особливу увагу.

Необхідно це робити на початковому етапі при прийомі співробітника на роботу. Необхідно перевірити його біографію, відгуки з колишнього місця роботи. Перевірка повинна бути чіткою, на високому рівні, тому що будь-який новий співробітник створює загрозу для підприємства [5, с.270].

Слід розрізняти зовнішні та внутрішні загрози кадрової безпеки підприємства. Так, зовнішні негативні впливи - це процеси, які не залежать від волі і свідомості співробітника і тягнуть за собою шкоди. До них можна віднести такі загрози як: умови мотивації у конкурентів краще, ніж у даного підприємства; існує установка на переманювання кадрів одного підприємства на інше; здійснюється тиск на співробітників ззовні; суб'єктивні причини співробітників. Для того, щоб не допускати дані негативні впливи, при прийомі співробітника на роботу потрібно проводити психологічні тести [6, с.180]. Також необхідно не забувати про це і надалі. На будь-якому підприємстві повинен бути психолог, який буде допомагати співробітникам у конкретних ситуаціях, знижувати емоційне навантаження, давати поради, як краще можна діяти в певних ситуаціях. Також необхідно проводити тренінги, бесіди, як в групі, так і індивідуально з кожним співробітником [7, с.531].

Внутрішні негативні загрози - умисні дії співробітників підприємства. До них можна віднести: слабку організацію системи навчання; відсутність системи мотивації; слабку корпоративну політику; відсутність кваліфікованих співробітників; недостатня перевірка при прийомі співробітника на роботу.

Для ефективної роботи підприємства необхідно приділяти особливу увагу кадровій безпеці підприємства. Персонал має суттєвий вплив на економічну безпеку підприємства. У зв'язку з цим підбір кадрів, їх вивчення, розстановка і кваліфікована робота при звільненнях в значній мірі підвищують стійкість комерційних підприємств до можливого сторонньому негативному впливу.

Щоб підприємство процвітало і розвивалося, необхідно приділяти увагу підбору персоналу. Необхідно опанувати ефективними і надійними методами перевірки на лояльність фірми своїх працівників, що дозволить зробити правильний і єдино вірний вибір з безлічі кандидатів на вакантне місце, і в той же час уберегти працівника від протиправного діяння. Вирішення цього завдання має органічно вписуватися в рішення інших завдань, які складають і формують цілісну концепцію безпеки фірми. Тільки комплексний підхід дозволяє домогтися високого ступеня забезпечення економічної безпеки будь-якої комерційної структури.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лашенко О. Ю. Кадрова безпека, як складова економічної безпеки банківської установи. Ефективна економіка. 2015. № 11. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4602>.
2. Момот Т. В., Чжан Х. Ю. Визначення індикаторів кадрової безпеки в складі фінансово-економічної безпеки. Бізнес Інформ. 2015. № 8. С. 266–271.
3. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.
4. Назарова Г. Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства, 2017. URL : [php/rarrpsu/article/viewFile/58/58](http://php.rarrpsu/article/viewFile/58/58).

5. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.

6. Швець І. Б. Економічна безпека в управлінні персоналом. Наук. праці ДонНТУ. 2015. Вип. № 36–1. С. 179–184.

7. Шира Т. Б. Загрози кадровій безпеці підприємства. Економіка і суспільство. Мукачеве. Мукачів. держ. ун-т. 2016. № 7. С. 531–545.

**Волинець І. Г.**, к.е.н., доцент

**Коба В. В.**, студент

Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Фінансовий стан підприємства вважається однією із найважливіших характеристик економічної діяльності підприємства у конкурентному середовищі.

За методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій, затвердженою наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій № 22 від 23 лютого 1998 року, сутність фінансового стану визначено так: «Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємств, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів» [1].

Сутність фінансового стану підприємств неодноразово намагалися охарактеризувати у своїх працях зарубіжні та вітчизняні вчені, однак єдиної думки не існує до нині. Узагальнюючі різні трактування до визначення сутності фінансового стану підприємства, можна виділити декілька основних підходів.

Прихильники першого підходу визначають фінансовий стан як рівень ефективності або збалансованості фінансових ресурсів на певний момент часу.

До другого підходу можна віднести науковців, які трактують фінансовий стан як спроможність підприємства вести господарську діяльність.

До третього підходу належать вчені, що визначають фінансовий стан як комплексне поняття і надають йому ряд характеристик. Цей підхід є одним з найбільш обґрунтованих, оскільки у трактуваннях міститься безпосередньо ознаки та напрями (або показники), що характеризують фінансовий стан.

Четвертий підхід до трактування фінансового стану зводиться до його визначення як економічної категорії. Цей підхід дещо суперечливим і таким, що вимагає більш детального обґрунтування, оскільки будь-яка економічна категорія є поняттям, проте не кожне поняття є економічною категорією.

Науковці, яких віднесено до п'ятого підходу, розглядають фінансовий стан як сукупність показників [2].

Фінансовий стан підприємства є дуже містким поняттям. Для його характеристики у економічній літературі досить часто застосовуються такі критерії, як:

– фінансова стійкість підприємства – такий стан його фінансових ресурсів, їх розподіл та використання, який забезпечує розвиток підприємства на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого ризику;

– платоспроможність – здатність підприємства розраховуватися за своїми зобов'язаннями;

– кредитоспроможність – здатність до отримання кредитів та їх своєчасного погашення за рахунок власних коштів та інших фінансових ресурсів;

– прибутковість роботи підприємства;

– оптимальність з точки зору економічного становища підприємства розподілу прибутку, що залишається в його розпорядженні після сплати податків і обов'язкових відрахувань;

– раціональне розміщення основних і оборотних коштів (власних і позикових), перш за все, недопущення відволікання грошей у запаси непотрібного підприємству устаткування, яке довгий час не монтується і не використовується, наднормативні запаси товарно-матеріальних цінностей, витрат виробництва у дебіторську заборгованість, інші позапланові й непродуктивні витрати;

– наявність власних фінансових ресурсів (основних і оборотних коштів) не нижче мінімального необхідного рівня для організації виробничого процесу і процесу реалізації продукції;

– ліквідність балансу – ступінь покриття зобов'язань підприємства такими активами, строк перетворення яких у грошові кошти відповідає строку погашення зобов'язань [3].

Основними елементами фінансового стану підприємства є:

1) прибутковість роботи підприємства;

2) оптимальність розподілу прибутку, що залишився у розпорядженні підприємства після сплати податків і обов'язкових платежів;

3) наявність власних фінансових ресурсів не лише мінімально необхідного рівня для організації виробничого процесу і процесу реалізації продукції;

4) раціональне розміщення основних і оборотних фондів;

5) платоспроможність та ліквідність [4].

У науковій літературі представлена позиція, згідно з якою більшість учених виокремлюють чотири типи фінансового стану. В основі такого поділу лежить багаторівнева схема покриття запасів і витрат, тобто різновиди фінансового стану виділяються на основі показників фінансової стійкості, на такі види:

1) абсолютною фінансова стійкість вважаються тоді, коли власні оборотні кошти повністю забезпечують запаси й витрати;

2) нормально стійкий фінансовий стан – запаси й витрати забезпечуються сумою власних оборотних коштів і довгостроковими позичковими джерелами;

3) нестійкий фінансовий стан – запаси й витрати забезпечуються за рахунок власних оборотних коштів, довгострокових позичкових джерел і

короткострокових кредитів і позичок, тобто за рахунок усіх основних джерел формування запасів і витрат;

4) кризовий фінансовий стан – запаси й витрати не забезпечуються джерелами їх формування, підприємство перебуває на межі банкрутства [5].

Таким чином, розуміння фінансового стану підприємства та його своєчасний і якісний аналіз, вибір необхідного методу аналізу та системи показників, що забезпечить всебічне вивчення та представлення діяльності підприємства є основоположними для прийняття управлінських рішень, спрямованих на вирішення питання обрання напрямів діяльності та розвитку підприємства, покращення його ефективності, конкурентоздатності та прибутковості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій: Наказ агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій № 22 від 23 лютого 1998 р.
2. Яцух О. О., Захарова Н. Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2018. Т. 29(68), № 3. С. 173-180.
3. Непочатенко О. О., Мельничук Н. Ю. Фінанси підприємств [текст] : підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 504 с.
4. Тютюнник С. В., Бокарева І. В. Сутність характеристики фінансового стану підприємства. URL : <http://intkonf.org/kand-ekon-naukyutyunnik-sv-bokareva-iv-sutnisi-harakteristiki-finansovogo-stanupidpriemstva/> (дата звернення 22.10.2019)
5. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. К.: Ника-Центр: Эльга, 1999. Т. 2. 591 с.

**Ворошилова О.Г.**

здобувач вищого другого  
(магістерського) рівня освіти

**Науковий керівник: Баришевська І.В.**

канд. екон. наук, доцент кафедри  
фінансів, банківської справи та страхування  
Миколаївський національний аграрний  
університет, м. Миколаїв, Україна

### **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА МІКРОРІВНІ**

В численних обсягах досліджень на сьогоднішній день поняття «фінансова безпека» можна поставити практично в один ряд з таким поняттям як «економічна безпека». Досліджуючи наприклад лише систему забезпечення економічної безпеки підприємства, науковці так чи інакше торкаються і фінансової безпеки, а через утворену політико-економічну нестабільність в Україні, яка призвела до нових загроз, це поняття набуває ще більшої актуальності.

Як самостійний об'єкт поняття «фінансова безпека» є відносно новим, введеним у науковий обіг тільки впродовж останнього десятиріччя. Воно комплексно і достатньо, детально розглядається сучасними дослідниками на

макрорівні в системі більш загальних категорій – «національній безпеці» або «економічній безпеці країни» [1, 2].

У загальному вигляді безпека має певну кількість рівнів:

- 1) міжнародна (глобальна, регіональна);
- 2) національна (держави, галузі, регіону);
- 3) приватна: підприємства, господарства або особистості [3].

На нашу думку, більше уваги необхідно приділити питанням упровадження механізмів забезпечення фінансової безпеки саме на рівні суб'єктів підприємництва, що пов'язано зі значною кількістю ризиків і нестабільністю як зовнішнього, так і внутрішнього їх середовища, а також загрозами поглинань, зокрема, через процедури банкрутства.

Оскільки саме фінансова складова є основоположною в сучасній економіці, як на мікро, так і на макрорівнях, то її можна вважати однією з найважливіших складових системи економічної безпеки суб'єктів підприємництва, адже саме через грошові потоки організацій та їх управління здійснюється вплив на більшість економічної системи підприємства.

Згідно із Законом України "Про національну безпеку України", національна безпека розглядається як захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, реалізація яких забезпечує державний суверенітет України, її прогресивний демократичний розвиток, а також безпечні умови життєдіяльності і добробут її громадян [4]. Необхідність постійного дотримання фінансової безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності.

Фінансова безпека підприємства завжди піддається впливу різного роду загроз. Потенційні та ідентифіковані загрози фінансовій безпеці підприємства умовно можна поділити на внутрішні і зовнішні (рис. 1). Зовнішні загрози можна лише врахувати (якщо вони ідентифіковані) при організації діяльності підприємства, вони не залежать від його діяльності. Такі загрози можна віднести до чинників ризику зовнішнього середовища для підприємства. Внутрішні ж загрози спричинені діяльністю самого підприємства: системою організації такої діяльності, кваліфікацією керівництва як вищої, так і середньої ланки, а також рівнем фінансового менеджменту.

Останнього часу загострюється та збільшується чисельність загроз фінансовій безпеці підприємства, особливо з числа зовнішніх.

Будь-яка підприємницька діяльність безпосередньо пов'язана з різного роду ризиками, які викликані невизначеністю ситуації. Невизначеність, як правило, збільшується в міру зростання періоду часу, на який розрахована дія прийнятого підприємцем того чи іншого рішення. Саме тому варто вважати, що ризики діяльності підприємств зростають зі зростанням невизначеності ситуації, тобто наявністю багатьох альтернативних варіантів рішення, а також періоду часу, впродовж якого прийняте рішення буде впливати на діяльність підприємства.

Склад ризиків, які несуть за собою загрозу фінансовій безпеці підприємства це:

- ризик втрати фінансової стійкості;
- ризик зниження рівня оборотності капіталу;
- ризик отримання збитків від діяльності підприємства або окремих її видів, будь то операційна, інвестиційна чи фінансова діяльність;
- ризик втрати платоспроможності й ліквідності;
- інші види ризиків [6].

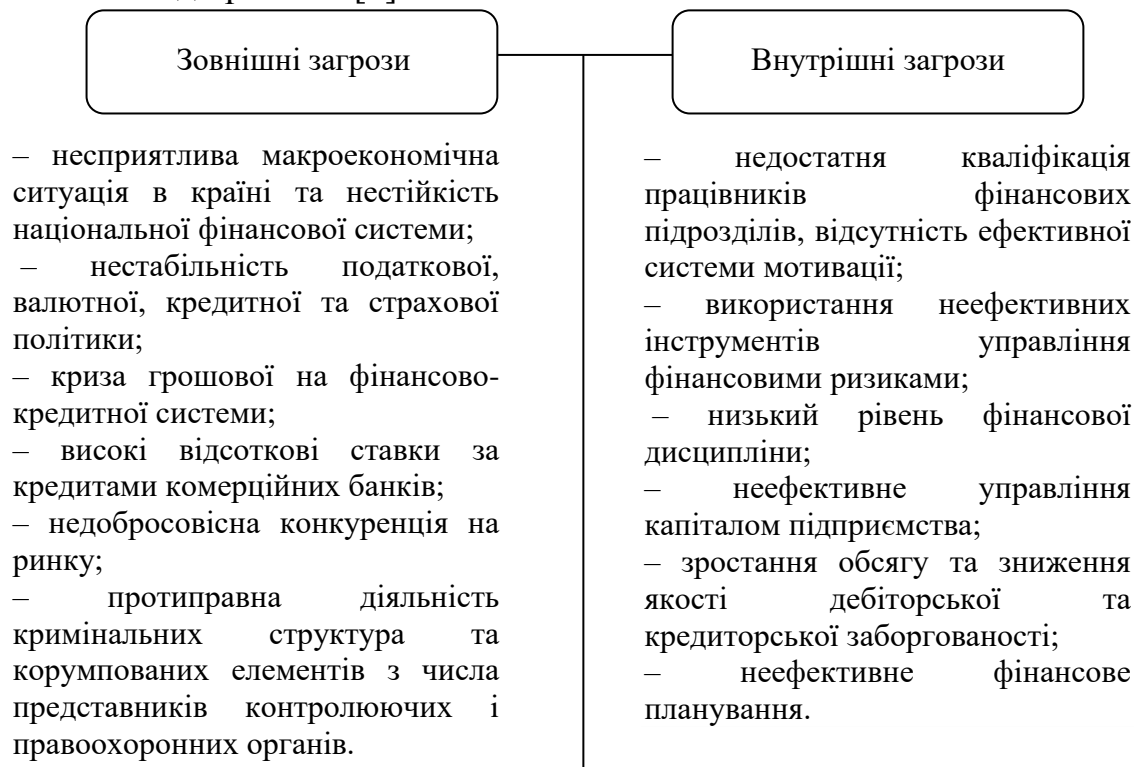


Рис. 1. Перелік зовнішніх і внутрішніх загроз фінансовій безпеці підприємств

Джерело: сформовано автором на основі [5]

Більша частина дослідників і науковців вважає, що такі поняття як «загроза» і «ризик» є подібними один до одного і фактично не відрізняються. Але деякі економісти це заперечують, адже все ж таки вважають, що ці поняття є різними за своєю сутністю, хоча й зберігають зв'язок одне з одним: коли існує загроза впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, то з прийняттям певного рішення виникає ризик втрати фінансової стійкості й неможливості досягнення запланованих результатів. Ми вважаємо за потрібне погодитись із тим, що поняття «загроза» і «ризик» дещо несхожі за характером прояву: загрози фінансовій безпеці підприємства характеризують певні небажані події для підприємства, а ризики – ймовірність їх настання.

Узагальнюючи все вищенаведене, можна зробити висновок, що фінансова безпека — це головна складова економічної безпеки підприємства, забезпечення фінансової безпеки, особливо в період кризи, є одним з ключових завдань

керівництва будь-якого підприємства. Проте недосконалість нормативно правової бази регулювання діяльності фінансових ринків та специфічність економіки нашої країни лише загострюють проблеми досягнення фінансової безпеки та належного рівня фінансової стійкості підприємств.

**Список використаних джерел:**

1. Мартюшева Л. С., Петровська Т. Е., Трихліб Н. І. Фінансова безпека підприємства як самостійний об'єкт управління // Научно-технический сборник, Коммунальное хозяйство городов, 2006. – №71. – С. 235–238.

2. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность) / Под ред. Е. А. Олейникова. – М., 1997. – 288 с.

3. Ареф'єва О. В. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки/ О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко// Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 1 (91). - С. 98-103.

4. ЗУ "Про національну безпеку України" Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 31, ст.241.

5. Мельник С. І. Фінансова безпека підприємства: сутність та сучасні проблеми забезпечення [Електронний ресурс] / С. І. Мельник // Проблеми системного підходу в економіці. - 2019. - Вип. 1(2). - С. 7-12. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE\\_print\\_2019\\_1\(2\)\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2019_1(2)_3).

6. Лиса О. В. Фінансова безпека суб'єктів господарювання в сучасних умовах// Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. – Том 26. – No 1. – С. 58-64. – ISSN 1993-0259.

**Гаврилюк В.А.,** студент  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.,**  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **РИЗИКИ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Актуальною проблемою при створенні будь-якої організації є забезпечення кадрової безпеки підприємства. Кількість і масштаб економічних злочинів невинно зростають, а найбільш поширеними і небезпечними злочинами є «злочини» менеджерів і працівників організації, так як саме у співробітників підприємства є доступ до, практично всіх, активів підприємства, економічної інформації (і так далі), і саме співробітники можуть завдати економічної шкоди підприємству, до того ж, виявити такий «злочин», практично, не надається можливим. Таким чином, найважливішою проблемою підприємств кожної економічної галузі України є забезпечення економічної кадрової безпеки, з метою управління корпоративними ресурсами для ефективної (беззбиткової) роботи підприємства.

Кадрова безпека підприємства - це процес запобігання негативних впливів на економічну безпеку підприємства за рахунок ліквідації або зниження ризиків і загроз, пов'язаних з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому [1, с. 44].



На управління персоналом, з метою забезпечення економічної кадрової безпеки, можуть впливати [2]:

- зовнішні (конкуренти) і внутрішні (зловмисні дії співробітників) фактори (по відношенню до підприємства);
- ненавмисні і навмисні (з боку особи, яка вчиняє злочин);
- корисливі (з метою отримання вигоди (крадіжки, вимагання)) і некорисливі (внаслідок недбалого ставлення).

Тому основною метою забезпечення кадрової безпеки є визначення можливих ризиків і загроз та пошук можливих шляхів зведення їх до мінімуму.

Можливими ризиками для підприємства при цьому можна назвати:

- фінансові ризики (виникають в результаті крадіжок, розкрадань, вимагання - пов'язані з втратою грошових коштів) [3, с.179];
- інформаційні ризики (виникають в результаті шпигунства і т.п. - пов'язані з витоком інформації);
- матеріально-технічні ризики (виникають в результаті розкрадання або навмисних поломок - пов'язані з втратою обладнання або об'єктів матеріально-технічної бази) [4, с.270];
- моральні ризики (виникають при поширенні достовірної або помилкової інформації - пов'язані з нанесенням моральної шкоди співробітникам або підприємству в цілому);
- кваліфікаційні ризики (виникають в результаті втрати або недоотримання працівниками знань, умінь і навичок в процесі підвищення кваліфікації);
- кадрові ризики (виникають в результаті втрати цінних співробітників, через звільнення, переманювання, хвороби або смерті).

Для того щоб знизити всі ризики до мінімуму, для забезпечення належного рівня безпеки необхідно користуватися такими принципами кадрової політики [5, с.52]:

- безперервність - в роботі економічної безпеки не повинно виникати «пауз», забезпечення безпеки повинно здійснюватися в будь-який час, за будь-яких як зовнішніх, так і внутрішніх загроз;
- комплексність - використання всіх можливих заходів на досягнення безпеки фінансових, матеріальних, інформаційних і кадрових ресурсів;
- своєчасність - передбачає визначення завдань, і пропозиція необхідного комплексу заходів щодо їх вирішення в конкретні терміни;
- законність - забезпечення безпеки: методи виявлення ризиків і попереджувальні заходи не повинні суперечити вітчизняному законодавству .
- активність - наполегливе забезпечення безпеки з використанням всіх наявних засобів;
- універсальність - забезпечення таких заходів і проведення таких заходів, які дають результат незалежно від сфери застосування;
- економічна доцільність - зіставлення витрат на забезпечення економічної безпеки з можливими збитками;
- конкретність і надійність - визначення конкретних видів ресурсів для забезпечення безпеки;

- професіоналізм - реалізація заходів безпеки повинна здійснюватися фахівцями, при цьому рівень їх підготовленості повинен зростати, а заходи щодо забезпечення безпеки вдосконалюватися.

Таким чином, кадрова безпека є елементом економічної безпеки будь-якого підприємства. Вона повинна бути націлена на роботу з співробітниками підприємства, на встановлення трудових і етичних відносин, які можна було б охарактеризувати беззбитковими. У кожній компанії повинен бути розроблений і впроваджений дієвий комплекс заходів щодо забезпечення даного виду безпеки. І цей комплекс заходів щодо забезпечення кадрової безпеки, в першу чергу, повинен бути спрямований на знаходження і застосування дієвих методів по мінімізації ризиків і загроз з боку співробітників.

**Список використаних джерел:**

1. Мехеда Н.Г., Маренич А.І. Соціально-мотиваційні складові кадрової безпеки. *Фінансовий простір*. 2012. № 2(6). С. 38–45.
2. Мирющенко А.Л. Сущность кадровой безопасности. URL: <http://kadry.usoz.ru/publ/8-1-0-6>.
3. Швець І.Б. Економічна безпека в управлінні персоналом. *Наукові праці ДонНТУ*. Серія: економічна. Випуск 36-1. Донецьк. 2009. С. 179-184.
4. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. *International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings*. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
5. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.

**Гірняк Н.Б.**, студентка

**Науковий керівник: Герасименко О.В.**,

к.е.н., доцент Львівський національний університет  
імені Івана Франка, м. Львів, Україна

## **АНАЛІЗ СТАНУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ**

Однією з важливих умов ефективного функціонування і розвитку підприємства є аналіз та забезпечення його фінансово-економічної безпеки. Вона забезпечується певним станом наявних ресурсів підприємства, за якого гарантуються найбільш ефективно їх використання та запобігання негативному впливу зовнішніх і внутрішніх загроз (дестабілізуючих факторів).

Найбільш повноцінним та прийнятним визначенням суті фінансово-економічної безпеки є такий стан функціонування, за якого підприємство і його продукція є конкурентоспроможними на ринку та одночасно гарантується: найбільш ефективно використання ресурсів, інтелектуального та кадрового потенціалу; стабільність функціонування, стійкість та прогресивність розвитку; можливість протидіяти негативним впливам зовнішнього і внутрішнього середовища його функціонування. На сучасному етапі розвитку концепції фінансово-економічної безпеки значна увага приділяється методикам її оцінювання на національному рівні, але на рівні підприємства не вироблено

єдиного комплексного методичного підходу до оцінки та аналізу. Для визначення кількісного рівня фінансово-економічної безпеки підприємства використовується декілька підходів: індикаторний (пороговий), ресурсно-функціональний, програмно-цільовий (комплексний), підхід на основі теорії економічних ризиків.

При цьому індикаторний підхід полягає у встановленні рівня економічної безпеки в результаті порівняння фактичних показників діяльності підприємств з індикатором; ресурсно-функціональний передбачає визначення рівня економічної безпеки за допомогою оцінювання ефективності використання фінансових ресурсів; програмно-цільовий підхід базується на інтегруванні показників, які визначають рівень економічної безпеки на основі методів експертних оцінок; підхід на основі теорії економічних ризиків полягає у визначенні збитку, що порівнюється з величиною прибутку, доходу і майна [1, с. 23].

У наукових працях В.Т. Шлемка пропонується проводити узагальнюючу оцінку фінансово-економічної безпеки підприємства на підставі зіставлення значень індикаторів – граничних та фактичних [2].

Оцінка рівня фінансово-економічної безпеки проводиться графічним методом, що дозволяє виділити зону нормального рівня безпеки, зону критичного рівня та передкризову зону. Критичні значення вихідних показників визначаються виходячи з умови мінімально припустимого рівня безпеки, подолання якого означало б перехід підприємства в економічно небезпечну зону.

До найбільш науково-обґрунтованих можна віднести розробку Г.В. Козаченко та В.П. Пономарьова [3, с. 165]. У працях цих вчених-економістів запропоновано використовувати співвідношення величини бруто-інвестицій підприємства та величини інвестиційних ресурсів, необхідних для підтримки умов, що забезпечують фінансово-економічну безпеку.

Слід зазначити, що фінансову складову пропонується досліджувати на основі оцінки та аналізу фінансової стійкості, тобто визначення ступеня достатності власних чи позичених оборотних засобів для виконання виробничо-збутової діяльності; аналіз ринкової складової фінансово-економічної безпеки пропонується визначати на основі експертної оцінки. Вплив кожного з факторів на ринкову безпеку підприємства має бути оцінений експертами за допомогою коефіцієнтів впевненості за шкалою від  $-1$  до  $+1$ . Значення коефіцієнтів показують ступінь впевненості експертів у тому, що вплив окремого фактора збільшує або зменшує ринкову безпеку підприємства.

У якості експертів можуть виступати керівники та провідні фахівці підприємства. Значення інтегрального показника до  $-0,8$  засвідчує кризовий стан; від  $-0,8$  до  $-0,6$  – критичний; від  $-0,6$  до  $-0,3$  передкризовий; від  $-0,3$  до  $0,3$  – ситуація невизначеності; від  $0,3$  до  $0,6$  – нестійкий стан ринкової безпеки підприємства; від  $0,6$  до  $0,8$  – нормальний рівень ринкової безпеки; більше  $0,8$  – абсолютна ринкова безпека.

Таким чином, безпеку варто розглядати через призму її функціональних складових, що дозволяє: здійснювати моніторинг чинників, які впливають на стан як функціональних складових, так і фінансово-економічної безпеки загалом; досліджувати процеси, які здійснюють вплив на забезпечення фінансово-

економічної безпеки; проводити аналіз розподілу і використання ресурсів підприємства; вивчати економічні індикатори, що відображають рівень забезпечення функціональних складових; розробляти заходи, які сприятимуть досягненню високого рівня складових, що призведе до посилення фінансово-економічної безпеки підприємства загалом [4].

Отже, думки науковців різняться щодо розуміння методики оцінки фінансово-економічної безпеки підприємств, що підкреслює неоднозначність і необхідність подальшого поглиблення визначеної категорії. Також розроблено багато методик для діагностики рівня фінансово-економічної безпеки, проте не всі вони є ґрунтовними та динамічними. Це пояснюється тим, що поняття «фінансово-економічна безпека» включає в себе багато аспектів, таких як фінансово-економічний стан підприємства, кадрова складова підприємства, вміння вести грамотне діловодство, система фізичного захисту підприємства, а також наявність зовнішніх ризиків та загроз.

*Список використаних джерел:*

1. Вергун А.М., Савченко М.М., Тарасенко І.О. Діагностика рівня фінансово-економічної безпеки підприємства. Економічні науки. – 2015. – №2. С. 23 – 26.
2. Шлемко В.Т. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення: [монографія] / В.Т. Шлемко, І.Ф. Бінько / Рада національної безпеки і оборони України; Національний ін-т стратегічних досліджень. – К.: НІСД, 1997. – 143 с.
3. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: [монографія] / Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. – К.: Лібра, 2003. – 280 с.
4. Бондаренко О. О. Фінансово-економічна безпека підприємства : Теоретичний і практичний аспекти. Електронний журнал «Ефективна економіка». 2014. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3580>

**Гринько М. Ю.**, студентка

**Науковий керівник: Купира М. І.,**

к.е.н., старший викладач

Луцький національний технічний університет

м. Луцьк, Україна

## **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток ринкових відносин господарювання надав можливість вітчизняним підприємствам самостійно планувати виробничі і фінансові ресурси, здійснювати аналіз та оцінку фінансового стану як власного підприємства, так і своїх партнерів по бізнесу та конкурентів. Значна кількість підприємств за таких умов зіштовхнулася із гострою проблемою забезпечення фінансової стійкості з метою зменшення ймовірності потрапляння у зону фінансової неспроможності (банкрутства). Вирішення окресленої актуальної проблеми, пов'язаної із підвищенням фінансової стійкості вітчизняних підприємств, необхідно розглядати у площині фінансового менеджменту, в якому останнім часом все частіше використовується ситуаційний підхід, що спрямований на аналіз кожної конкретної фінансової ситуації й ухвалення рішень у конкретних умовах

господарювання.

Поглиблюючись у сутність зазначеної проблеми, передусім зауважимо, що досі не існує єдиного визначення сутності категорії фінансової стійкості підприємства. У найбільш загальному вигляді вітчизняні та зарубіжні економісти [1–6] у своїх працях фінансову стійкість підприємства розглядають, по-перше, як критерій довгострокової платоспроможності у вигляді, яка склалася на підприємстві, структури джерел його фінансування, а по-друге, як величину джерел власних ресурсів. Проте відомі й інші позиції: фінансову стійкість ототожнюють з раціональною організацією і раціональним використанням оборотних коштів. Аналіз різних точок зору фахівців у сфері фінансів дозволив нам сформулювати наступне визначення досліджуваної категорії: під фінансовою стійкістю підприємства слід розуміти характеристику його фінансового стану, яка відображає здатність підприємства функціонувати і розвиватися в умовах постійної зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що дає можливість на основі показників визначити рівень фінансового потенціалу підприємства й сформулювати напрямки подальшого зростання фінансової стійкості.

Таким чином, спираючись на дане визначення фінансової стійкості, в управлінських цілях на першому етапі аналізу фінансової стійкості слід систематизувати основні фактори впливу внутрішнього та зовнішнього середовища.

У зарубіжних працях [2; 6] зустрічаються різні позиції, які диференціюють не тільки внутрішні та зовнішні фактори, а й ризики, властиві підприємствам, з урахуванням чого формуються відповідні системи індикаторів і оцінок. Вітчизняні економісти пов'язують проблеми фінансової стійкості підприємств із наявністю зовнішніх (незалежних від підприємства) та внутрішніх факторів (які виникають всередині підприємства) [1; 3–5].

На нашу думку, доцільно використовувати комплексний підхід до систематизації факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, оскільки це якнайкраще дозволяє оцінити рівень фінансового потенціалу підприємства й сформулювати у подальшому ефективний управлінський механізм щодо забезпечення його фінансової стійкості у довгостроковій перспективі.

Зупинимось докладніше на систематизації факторів впливу на формування фінансової стійкості підприємства.

Серед зовнішніх факторів впливу виділяємо наступні:

– політичні фактори – впливають в основному на погіршення інвестиційного клімату і провокують відплив капіталу. Серед таких факторів виокремлюємо: політичну нестабільність, несподівану націоналізацію активів, початок військових дій та ін.;

– фактори правового характеру – здатні призвести до кризової ситуації в діяльності підприємств через зміни в оподаткуванні та ліцензуванні, недостатнє антимонопольне регулювання, а також нерозвиненість законодавчої бази з питань підприємництва у країні;

– природні фактори – можуть здійснити одномоментний руйнівний вплив на економіку і виробництво в цілому (наприклад, стихійні лиха різного

роду). Зростання кількості екологічних катастроф в останні роки ставить під загрозу перехід до сталого розвитку багатьох промислових підприємств;

- соціокультурні фактори – впливають на менталітет, установки і життєві цінності як споживачів продукції, співробітників, так і власників та інших осіб, від яких залежить діяльність підприємства. Основним, що негативно впливає на підприємство, соціокультурним фактором можна вважати корупцію та пов'язані з нею явища, які отримали в сучасній Україні великого поширення й є для більшості підприємств серйозною перешкодою в їх господарській діяльності;

- ринкові фактори: характер попиту, конкурентне середовище та відносини з постачальниками. Падіння попиту, викликане як економічними, так і соціокультурними причинами, може призвести до кризи збуту виробленої продукції, формування кредиторської заборгованості, затоварювання складів, скорочення або повної зупинки виробництва. Посилення позицій конкурента може призвести до падіння обсягів продажів і скорочення займаної частки ринку, розриву напрацьованих господарських зв'язків. Взаємовідносини з контрагентами також є значимими факторами зовнішнього середовища, особливо зростання цін на продукцію або послуги монополістів-виробників енергії, унікальної сировини тощо. Ненадійність постачальників або ж низька якість поставлених ними сировини і матеріалів призводять до зниження обсягів випуску й якості продукції.

Основними внутрішніми факторами впливу вважаємо такі:

- управлінські фактори формування кризи, зокрема: консервативні підходи управління; відсутність систематизованої управлінської інформації; відсутність регулярного моніторингу середовища функціонування підприємства та несвоєчасна реакція на його виклики; нераціональна витрата коштів;

- виробничі фактори – є важливим аспектом кризостійкості підприємств, зокрема найбільш негативний вплив здійснюють: використання застарілих технологій, експлуатація фізично зношеного та морально застарілого обладнання, низька кваліфікація кадрів – все це тягне за собою високу собівартість продукції, відсутність привабливих споживчих характеристик і зниження конкурентоспроможності продукції;

- комерційні або маркетингові фактори – можуть стати причиною формування кризи у разі невірної оцінки ринкової кон'юнктури, недооцінки можливостей конкурента, помилок у маркетинговій і рекламній стратегії. Наслідком зазначеного може бути: падіння попиту на продукцію, посилення позицій конкурентів, зниження обсягів продажів та ін.

Представлена систематизація не є вичерпною та може бути доповнена й іншими факторами, а саме непрямыми, які впливають опосередковано, наприклад за допомогою законодавчого регулювання. Це переважно такі фактори, як стан економіки, технологія та політика. На нашу думку, непрямий вплив анітрохи не менший, аніж вплив середовища прямого впливу, він лише складніше вимірюється і його важче спрогнозувати. Ступінь впливу факторів середовища непрямого впливу може бути навіть сильнішим: так, зокрема, фінансова криза останніх років у країні призвела до значного спаду промислового виробництва, що наочно ілюструє вплив даних факторів. Також при формуванні механізму,

який би забезпечував стійкий фінансовий стан підприємства, слід враховувати і фактори фінансової небезпеки, які можуть бути як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, так само, як прямої чи непрямой дії. До таких основних факторів ми відносимо: скупка акцій, боргів підприємства небажаними партнерами; наявність у підприємства значних фінансових зобов'язань; нерозвинутість ринків капіталу в країні. У результаті дії цих факторів може виникнути реальна загроза періодичної чи повної зупинки виробництва, визнання підприємства фінансово неспроможним й у крайньому випадку банкрутом.

Отже, комплексна класифікація і систематизація факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на фінансову стійкість, у подальшому дозволяє сформуванню ефективний механізм управління фінансовою стійкістю підприємства, який ураховує реальний рівень фінансового потенціалу суб'єкта господарювання й забезпечуватиме зростання його фінансової стійкості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Адаменко М. І., Василькова К. Ю., Янцевич А. А. Внутрішні та зовнішні фактори фінансової стійкості монопродуктової компанії. *Бізнес Інформ*. 2017. № 3. С. 312–319.
2. Бочаров В. В. Современный финансовый менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 464 с.
3. Павленко О., Семиліт І. Економічна сутність фінансової стійкості підприємств : фактори впливу, оцінка та джерела фінансування. *«Young Scientist»*. Серія : Економічні науки. 2016. № 7 (34). С. 113–116.
4. Русіна Ю. О., Полозук Ю. В. Економічна сутність фінансової стійкості підприємства та фактори, що на неї впливають. *International scientific journal*. 2015. № 2. С. 91–94.
5. Русіна Ю. О., Даринська А. О. Забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності організації в умовах кризи. *«Інтернаука»*. 2018. № 6 (2). С. 34–38.
6. Хеддервик К. Финансовый и экономический анализ деятельности предприятий : международная организация труда. Москва : Финансы и статистика, 1996. 192 с.

**Гринько О.І.**

к.п.н, асистент кафедри міжнародної економіки  
Криворізького економічного інституту  
ДВНЗ “КНЕУ імені Вадима Гетьмана”  
м. Кривий ріг, Україна

## **АНАЛІЗ І ОЦІНКА ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

В роботі розглянуто міжнародний досвід країн ЄС щодо забезпечення і визначення економічної безпеки держави. Проаналізовано індикатори економічної безпеки України з метою виявлення загроз економічній безпеці. Зроблені аналіз і оцінка загроз економічній безпеці України в умовах інтеграції до Європейського союзу.

На сьогоднішній день в період уповільнення зростання світової економіки і в умовах міжнародної економічної інтеграції перед кожним урядом стоїть питання забезпечення економічної безпеки своєї країни. Так як головною умовою

розвитку країни як незалежної суверенної держави є забезпечення її національної та економічної безпеки.

Не дивлячись на актуальність питання і посвячення безлічі наукових праць на сьогодні немає єдиного визначення економічної безпеки. Відсутність єдиного терміна викликано тим, що економічна безпека визначається кожною країною в залежності від прийнятої економічної політики, займаного рівня в світовій економіці і інших факторів, що впливають на стан країни в світовому співтоваристві.

В умовах глобалізації світової економіки та міжнародного поділу праці незалежність національної економіки за окремими напрямками господарської діяльності є досить умовним, а для деяких країн - неможливим. У зв'язку з чим використання в якості основи для визначення економічної безпеки терміна «незалежність» викликає деякі сумніви.

На думку терміна економічна безпека - це яку проводить держава стабільна, що не піддається миттєвому впливу непередбачених зовнішніх і внутрішніх впливів, але в той же час гнучка економічна політика.

Розглядаючи питання забезпечення економічної безпеки України в умовах інтеграції до світового та європейського співтовариства, має місце розглянути досвід забезпечення економічної безпеки Європейського союзу.

В Європейському Союзі термін «економічна безпека» відноситься до позиції об'єднання в світову економічну систему. ЄС диктує важливість європейської інтеграції з метою досягнення високого рівня конкурентоспроможності в умовах глобалізації. Окремо кожна країна-член Євросоюзу має набагато меншою кількістю економічних ресурсів, ніж інші розвинені і навіть країни, що розвиваються. Ефект синергії, який досягається через взаємообмін ресурсами визначає здатність Європейського союзу забезпечувати високий рівень економічної безпеки і конкурентоспроможності. Кінцева мета забезпечення економічної безпеки в ЄС - формування повністю інтегрованої Європи з однаковим рівнем життя в усіх країнах-учасниках [1, с.2].

Не дивлячись на концепцію економічної безпеки Європейського Союзу, спрямовану на зміцнення економік союзних країн за допомогою інтеграції та активну політику сусідства ЄС з країнами Східної Європи, Південного Кавказу, Центральної Азії і Середземноморського регіону, пропонується розглянути окремо деякі країни в забезпеченні економічної безпеки в контексті національних доктрин, програм і концепцій.

Так, у Федеративній Республіці Німеччини окремого закону, присвяченого концепції економічної безпеки не існує. Державна програма економічної безпеки реалізується переважно через закони, що регламентують найбільш важливі сфери ринкової діяльності і наділяють державу істотними контрольними функціями. Так, основні інтереси країни в сфері національної безпеки, в тому числі і її економічної складової, представлені в формі офіційної директиви міністерства оборони [2].

Німеччина бачить забезпечення своєї економічної безпеки в результаті економічного і соціального розвитку, демократизації в Європі і в усьому світі, захисту від економічного шантажу, забезпеченні свободи торгівлі і доступу до



сировинних ресурсів та ринків в рамках справедливої світової економічної системи. У внутрішньоекономічних плані переслідується мета гарантувати здорове господарський розвиток країни, матеріальне та соціальне благополуччя населення. У зовнішньоекономічному плані головний акцент, з огляду на експортної орієнтованості економіки, робиться на стабільність і вдосконалення ринків збуту.

У Франції основним державним документом, в якому зачіпаються окремі положення забезпечення економічної безпеки, є Закон «Про національну безпеку» 1964 року. Поняття національної економічної безпеки у Франції забезпечується створенням сприятливих внутрішніх і зовнішніх умов для підвищення національного добробуту і зміцнення економічного потенціалу країни. У зв'язку з чим економічна політика Франції спрямована на зниження уразливості господарської системи і збереження економічної незалежності, за допомогою недопущення та мінімізації ризиків, пов'язаних із залежністю від зовнішнього світу.

Характеризуючи заходи, спрямовані на забезпечення економічної безпеки Європейського Союзу в вищеописаних країнах, які є локомотивами економіки ЄС, можна сказати, що національні програми і концепції зосереджені на підвищенні ефективності економіки і одночасно підтримують існуючий рівень особистої економічної безпеки своїх громадян не дивлячись на спрямованість підтримки економічної безпеки всього Європейського Союзу. Тобто, економічна безпека всього ЄС досягається шляхом досягнення економічної безпеки кожною країною окремо, за допомогою своїх національних програм.

Розглядаючи питання забезпечення економічної безпеки України можна виділити відсутність в національному законодавстві країни правового поняття "загроза економічній безпеці".

Єдиний закон, в якому прописано про економічну безпеку є Закон України від 21 червня 2018 № 2469-VIII «Про національну безпеку України» [3].

В умовах відсутності загальноприйнятої методики оцінки економічної безпеки для визначення рівня економічної безпеки в даній статті використовуються метод порівняння і оцінки основних макроекономічних показників з пороговими значеннями, забезпечення економічної безпеки за аналізований період досягає рівня в 61,1%, 11-ю факторами з 18 такими як: частка в населенні людей, що мають доходи нижче прожиткового мінімуму; тривалість життя населення; розрив між доходами 10% найбільш високодохідних груп і 10% самих незахищених груп; рівень безробіття за методологією МОП; обсяг валового внутрішнього продукту на душу населення від середньосвітового; рівень інфляції за рік; дефіцит бюджету в% до ВВП; грошова маса в% від ВВП; обсяги іноземних інвестицій в% до ВВП; імпорт товарів і послуг в% від ВВП; експорт товарів і послуг в% від ВВП.

Зниження доходів від промислового сектора викликано скороченням виробництва і ослабленням зовнішнього попиту на метали та металургійну продукцію України. Слідом за промисловим виробництвом за ланцюговою реакцією сповільнилося і зростання послуг з 6,8% в 2017 році до 6% в 2018 році.

З реалізацією нових програм індустріалізації і диверсифікації економіки України особливий інтерес для нашої країни може представляти політика ЄС.

Нові реалії дають шанс Україні використовувати інтеграційний потенціал ЄС, і надати нового імпульсу української промислової політики з урахуванням попиту ринку.

Більш стабільний і ліберальний бізнес-клімат в Україні створює новий формат інвестиційних контрактів з інвесторами з заходами державної підтримки:

- принцип «стабільності» законодавства в податковій та екологічній сферах.

- реалізація принципу «одного вікна» для інвесторів, введення інституту інвестиційного омбудсмена і ін.

Залучення кваліфікованих технічних кадрів, зменшення відтоку кваліфікованих кадрів дасть імпульс до підвищення конкуренції на ринку праці, зростання кваліфікації вітчизняних кадрів, появи нових технічних спеціальностей, підвищення науково - технологічного рівня країни і розвитку обробної промисловості України на новому рівні.

Реалізація нової промислової політики зажадає проведення технологічного аудиту та оцінки потенційних можливостей створення в Україні, підприємств з виробництва технологічної продукції або розміщення промислових замовлень на наявних українських підприємствах машинобудування і металообробки.

Динаміка зовнішнього боргу за останні 10 років свідчить про те, що зовнішній борг щорічно зростає. Логарифмічна лінія тренду, з апроксимацією рівній 0,98, прогнозує збільшення зовнішнього боргу в 2019-2020 роках, він буде перевищувати 79,82 млрд. Дол.США. [4] більше половини зовнішнього боргу країни припадає на межфирмову заборгованість.

Серед країн, перед якими у України рівень зовнішнього боргу значний можна виділити Нідерланди, Великобританія, Китай, США, Франція, Японія та міжнародні організації.

У міжнародному рейтингу країни з найбільшим зовнішнім боргом - це США, ЄС, Великобританія, Німеччина, Франція, Японія, Нідерланди, Італія, Люксембург, Іспанія. Україна на даний момент не входить навіть в 20 країн, проте зовнішній борг країни швидко збільшується.

У перші 50 країн по найбільшій зовнішнім боргом з пострадянського простору входять такі країни як Росія, Україна, Казахстан.

Аналіз динаміки зростання зовнішнього боргу, з прогнозами на подальше збільшення, а також рівень на загальносвітовому рейтингу, доводить, що високий рівень зовнішньоекономічного боргу, є одним із загроз економічній безпеці.

Крім вищеописаних загроз економічній безпеці України в умовах інтеграції в ЄС, можна відзначити наступні загрози: неконкурентоспроможність вітчизняних виробників внаслідок підвищення вартості імпортованих ресурсів; крім того знецінення курсу національної валюти призвело до падіння імпорту, що позитивно відбилося на рахунку поточних операцій і дозволило збільшити обсяги чистих іноземних активів. Однак в середньостроковій перспективі даний фактор є скоріше негативно впливає чинником на економічну безпеку; зниження вартості експортоорієнтованого сировини і товарів на світових товарних ринках.

Для подальшого підвищення забезпечення економічної безпеки України в рамках інтеграції до ЄС необхідно:

- перехід до нової моделі зростання економіки;
- підтримати вітчизняних виробників АПК для забезпечення порогів безпеки;
- підтримати фінансову систему країни;
- зменшити обсяг зовнішнього боргу;
- підтримати вітчизняну промисловість в таких секторах як обробна промисловість і машинобудування;
- дати імпульс до підвищення конкуренції на ринку праці, зростання кваліфікації вітчизняних кадрів;
- згладити ступінь відхилення фактичного розподілу грошових доходів від рівномірного, іншими словами великий розрив між доходами населення;
- збільшити видатки на добувну галузь.

Таким чином, економічна безпека України на нинішньому етапі вступу до Європейського союзу є одним з найважливіших пріоритетів національної безпеки.

У даній статті автором було сформовано поняття економічної безпеки, розглянуто світовий досвід забезпечення економічної безпеки, проаналізовано поточний стан, а також зовнішні та внутрішні загрози економічній безпеці та запропоновано пропозиції прикладного характеру по підвищенню забезпечення економічної безпеки України.

#### *Список використаних джерел:*

1. Осекек А. Economic Security and the European Dream [Електронний ресурс] / Antony Louis Осекек.- Marquette University: <http://www.anselm.edu/Documents/NHIOP/Global%20Topics/2010/Osepekpaper.pdf>.c.41.
2. White Paper on German Security Policy and the Future of the Bundeswehr [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Федерального Міністерства Оборони Німеччини: <http://www.bmvg.de>.
3. Закон України «Про національну безпеку України» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-194>.
4. Офіційний сайт Комітету статистики України / [Електронний ресурс] <http://www.ukrstat.gov.ua>

**Дворник І.В.**, кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри аграрної  
економіки. ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Специфіка діяльності сільськогосподарських підприємств потребує налагодження механізму подвійної адаптації до ринкових та природно-кліматичних умов. Підвищена ризикованість пов'язана із сезонністю та низькою технологічністю виробництва, використанням природних ресурсів, низькою еластичністю попиту на сільськогосподарську продукцію та її здатністю швидко псуватися, природно-кліматичними чинниками та використанням землі як

основного засобу виробництва. Постійне існування таких загроз обумовлює актуальність проблеми формування механізму економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Метою дослідження є виявлення проблем функціонування сільськогосподарських підприємств, захист товаровиробників від дії деструктивних впливів, забезпечення стабільного та максимально ефективного розвитку підприємств у майбутньому.

Сільськогосподарські підприємства займають визначальне місце у розвитку сільських територій. Для більшості сіл вони є основним джерелом робочих місць та соціального відтворення. Саме тому управління економічною безпекою сільськогосподарських підприємств має не лише суто економічний характер, а й соціальний аспект.

Економічна безпека сільськогосподарського підприємства – це такий стан його господарських ресурсів, що забезпечує раціональну галузево-організаційну структуру підприємства, враховуючи географічне розташування та природно-кліматичні умови його діяльності, за якого воно здатне ефективно протидіяти можливим загрозам внутрішнього й зовнішнього середовища, а також досягати поставлених цілей і завдань на основі реалізації обраної ним стратегії розвитку.

Головна мета економічної безпеки сільськогосподарського підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування тепер і високий потенціал розвитку в майбутньому. Економічна безпека підприємства досягається в тих випадках, коли воно є фінансово стійким, здатне запобігати негативному впливу внутрішніх та зовнішніх ризиків, а його ресурсний потенціал, організаційна та управлінська структури відповідають цілям і завданням статутної діяльності. Економічна безпека сільськогосподарських підприємств є критерієм надійності їх партнерства у бізнесі та спроможності забезпечувати переробні підприємства сировиною, а населення продуктами харчування. Ситуація, що виникла в агропромисловому комплексі України (постійне зростання цін на паливно-мастильні матеріали, зниження якості аграрної продукції, недостатнє фінансування сільського господарства, нестабільність економічної та політичної ситуації в державі) створює систему загроз для сільськогосподарських підприємств у формі втрати прибутку та фінансової незалежності.

У сучасних умовах господарювання аграрні товаровиробники повинні враховувати ймовірність виникнення невизначеності умов здійснення підприємницької діяльності, наявності ризику та загроз їх економічній безпеці. Для оцінки рівня ризику та можливих загроз на підприємстві повинні розробити комплекс заходів, спрямованих на мінімізацію можливих ризиків та протидію загрозам і підвищення рівня економічної

безпеки підприємства. Сільськогосподарське виробництво є одним із найбільш ризикованих видів підприємницької діяльності. Особливо великих ризиків зазнає сільськогосподарське виробництво країн, економіки яких розвиваються або перебувають в процесі трансформації. Аграрні реформи та становлення ринкових взаємовідносин, зміна форм власності та форм

господарювання значно збільшують ступінь невизначеності соціально-економічних процесів в сільському господарстві та, відповідно, посилюють вплив ризиків на аграрний бізнес.

Сьогодні результатом аграрних реформ є складний фінансовий стан сільськогосподарських підприємств, значне зменшення поголів'я сільськогосподарських тварин, збитковість тваринницької галузі, зниження рівня життя в сільській місцевості. Однією з причин такого стану є те, що на початку реформ в аграрному виробництві не були враховані можливі ризики реформування та їх вплив на результати діяльності сільгоспідприємств, а також не були напрацьовані адекватні інструменти та механізми їх мінімізації [2].

Загрози економічній безпеці – це дія дестабілізуючих природних чинників і/або суб'єктивних, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією та порушенням законів і норм, що може спричинити потенційні або реальні втрати для організації. Найбільшу небезпеку для сільськогосподарських підприємств становлять загрози, що виникають у результаті недосконалості їх інституційного середовища, серед яких: прогалини в нормативноправовій базі; недосконалість фіскальна політика; слаборозвинена фінансова, ринкова та соціальна інфраструктури; високі трансакційні витрати; переважання в ухваленні рішень ролі неформальних інститутів над формальними.

Основними проблемами сільськогосподарських підприємств є:

- низький рівень ресурсно-технічного забезпечення;
- обмеженість власних фінансових коштів;
- відсутність капіталовкладень (унеможливорює процес відтворення основних фондів);
- низький рівень продуктивності праці працівників;
- брак кваліфікованих кадрів на підприємствах;
- нераціональне використання земельних ресурсів;
- низький рівень цінової конкурентоспроможності підприємств.

Керівники сільськогосподарських підприємств вважають, що основними чинниками, які б сприяли розвитку підприємств, є державна підтримка, страхування, наявність фінансових ресурсів, достатнє технічне забезпечення, висока кваліфікація та досвід працівників, ефективне використання земельних ресурсів, підвищення якості продукції. Ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств обумовлюється багато в чому станом його фінансів, що і призводить до необхідності розгляду проблем менеджменту фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств.

Підвищення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств потребує розробки дієвого організаційно-економічного механізму, що передбачає реалізацію цілеспрямованих дій на усіх стадіях формування безпеки підприємства, включаючи моніторинг, заходи щодо підвищення її рівня в межах стратегічних орієнтирів, а також контроль за ефективністю впроваджуваних заходів.

Ефективним способом підвищення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є оптимізація рівня її функціональних складових за рахунок раціонального розподілу обмежених виробничих ресурсів.

Отже, стабільне функціонування будь-якого підприємства в умовах ринкових відносин значною мірою залежить від наявності надійної системи економічної безпеки. Існування низки невирішених проблем, зокрема висока ступінь зношеності ресурсного потенціалу, брак фінансово-інформаційної підтримки, низький рівень кваліфікації управлінського персоналу, не дають змоги більшості сільськогосподарських підприємств України самостійно забезпечувати економічну безпеку.

Своєчасне виявлення, попередження і нейтралізація різних видів загроз, які дестабілізують діяльність підприємства і загрожують його економічним інтересам, визначення шляхів формування ефективної системи економічної безпеки, інструментів та механізмів її ефективності повинні стати важливими завданнями у діяльності кожного підприємства. Системного дослідження потребують теоретичні та прикладні засади процесу управління економічною безпекою сільськогосподарських підприємств як запоруки та основи їх розвитку у мінливому ринковому середовищі.

*Список використаних джерел:*

1. Єлістратова Ю. О. Економічна безпека сільськогосподарських підприємств та її складові на макро- та мікрорівнях / Ю. О. Єлістратова // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5. – С. 81–86.
2. Мартюшева Л. С. Фінансова безпека підприємства як самостійний об'єкт управління / Л. С. Мартюшева, Т. Е. Петровська, Н. І. Трихліб // Коммунальное хозяйство городов. – 2006. – № 71. – С. 235–238.
3. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – № 1 (1). – С. 86–97.
4. Череп О. Г. Управління фінансово-економічною безпекою підприємств в Україні / О. Г. Череп, З. П. Урусова, А. А. Урусов // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 3 (61). – С. 328–330.

**Дорошенко Н.О.**, к.е.н., доцент

**Романів В.В.**, студентка

Харківський Національний університет  
імені В.Н.Каразін, м. Харків, Україна

**ФІНАНСОВА ОБІЗНАНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ  
БЕЗПЕКИ**

Безпека в будь-якій сфері є підґрунтям для сталого розвитку. Що вже казати про актуальність безпеки для нашої країни. Одним з першочергових напрямків діяльності держави наразі є забезпечення національної безпеки на рівні всіх її складових. Економічна безпека є складовою національної безпеки держави, що охоплює також оборонну, екологічну, енергетичну безпеки тощо [1, с.3].

Зважаючи на багатоаспектність теми дослідження, в цих тезах сконцентруємося на фінансовій грамотності, як передумові економічної безпеки держави.

Суб'єктами економічної безпеки України визнано центральні державні органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, підприємства, установи та організації різних форм власності. До об'єктів економічної безпеки відносять не тільки державу та її економічну систему взагалі, а й суспільство та особистість[2,с.190].

За результатами загальнонаціонального дослідження рівня фінансової грамотності, фінансової інклюзії та фінансового добробуту в Україні у 2018 році засвідчили:

- Україна відстає за рівнем фінансової грамотності від провідних країн – 11,6 в Україні (з 21 бала), при тому що рівень охоплення вищою освітою становить близько 80%.

- Недостатня фінансова грамотність – однаково актуальна проблема усіх українців незалежно від їх віку, статі, регіону проживання.

- Українці уникають розмов про особисті фінанси та методи управління ними оскільки не володіють інформацією і не можуть обґрунтовано вести діалог на фінансові теми.

- Більшість українців орієнтовані на витрачання грошей у поточному періоді, схильні більше витратити, ніж заощаджувати.

- Існує високий суспільний запит на підвищення фінансової грамотності.

- В Україні спостерігається низький рівень користування фінансовими послугами та продуктами: 40% населення за останні два роки не користувалися жодними фінансовими послугами або продуктами [3].

Фінансова грамотність – це багаж знань і навичок, які формують правильне ставлення до особистих грошей і дозволяють середньостатистичній людині приймати вигідні для себе рішення[4]. Маємо надію, що надання Національному банку України повноважень здійснювати заходи із фінансової грамотності сприятиме підвищенню стійкості та послідовності державних політик у цій сфері. Але не треба забувати і про інших учасників фінансового ринку, що можуть дати в співпраці з учасниками навчального процесу ефективний результат. Вагається за доцільне розробити соціальні проекти, які у якості реклами будуть нести нову інформацію. Перспективною цільовою аудиторією будуть особи у віці 10-24 років, оскільки:

- саме молоді люди, так зване покоління Z, вважаються найбільш готовими до сприймання нових знань;

- навчити легше ніж перевчити;

- вони зможуть донести цю інформацію до близьких та знайомих і тим самим сприятимуть розповсюдженню нових якісних фінансових звичок;

- вони незабаром розпочнуть свій бізнес, і краще це робити з врахуванням всіх фінансових законів.

Робота над постійним підвищенням фінансової обізнаності населення передувє прийняттю фінансово-зважених рішень, зміненню фінансової поведінки на продуману, використання стратегії та тактики, аналізу та контролю. В свою чергу, відповідальні фінансові кроки дозволяють фізичним та юридичним особам покращити власну фінансову стабільність, досягти успіху в бізнесі. Сукупний позитивний результат фінансових успіхів суб'єктів економічних відносин буде сприяти фінансовій стабільності та розвитку держави.

**Список використаних джерел:**

1. Економічна безпека фінансових установ: монографія / В.В.Глушенко, Г.О.Дорошенко, Н.О. Дорошенко. - Х. Вид-во ТОВ «Щедра садиба плюс», 2014. - 232с.
2. Фінансова-економічна безпека: навчальний посібник / За загальною редакцією професора Гвоздецького В.Д. - К. ДП Вид-во «Зовнішня торгівля», 2012. - 416 с.
3. Чи фінансово грамотні українці? Бондаренко Н. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://www.bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Strategy\\_fingramotnosti\\_NBU\\_pr.pdf?v=4](https://www.bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_fingramotnosti_NBU_pr.pdf?v=4)
4. Дорошенко Н. О., Романів В. В. Фінансова грамотність населення України. Ефективна економіка. 2018. № 11. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2018/81.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/81.pdf)

**Іонін Є.Є.**, д.е.н., професор  
Донецький національний університет  
імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна

## **ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ ГУЧКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Економічне і соціальне становище України, рівень добробуту населення, рейтинг і національна безпека держави в значної мірі залежить від ефективної роботи суб'єктів господарювання. Ринкові умови вимагають від економічних суб'єктів дотримання вимог щодо фінансової стійкості, гнучкості і адекватного реагування на зміни внутрішньої і зовнішньої середовища. Сталий розвиток підприємств можливо здійснювати тільки на основі обов'язкового дотримання базових концепцій міжнародних стандартів фінансової звітності: концепції безперервної діяльності й збереження фінансового капіталу, що є забезпеченням економічної безпеки.

За останнє десятиріччя у лексикон фінансового аналітика і фінансового менеджера міцно ввійшло поняття фінансова гнучкість суб'єкта господарювання. Тлумачення цього терміну надано у спеціалізованих словниках, дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених. Компаративний аналіз літературних джерел дає можливість виокремити суттєві ознаки.

По-перше, це спроможність підприємства швидко формувати необхідний обсяг фінансових ресурсів (капіталу, позичених коштів).

По-друге, це спроможність протидіяти неочікуваним перервам у надходженні грошових потоків, що автоматично призводить до від'ємного значення чистого грошового потоку. В умовах дефіциту надходження грошових коштів, з метою уникнення неплатоспроможності і банкрутства, можлива реалізація і перерозподіл деяких видів активів, диверсифікація діяльності.



По-третє, це спроможність позичати кошти із різних джерел, збільшувати акціонерний капітал.

Таким чином, суттєві ознаки фінансової гнучкості суб'єкта господарювання пов'язані зі спроможністю швидко формувати необхідний обсяг джерел фінансування і в першу чергу, позичених коштів. Як відома, перед фінансовим менеджером найчастіше, стоять два основних завдання:

- 1) Обсяг інвестування з конкретизацією видів активів;
- 2) Вибір джерел фінансування.

Рішення цього питання стратегічно повинно бути орієнтовано на максимізацію ринкової вартості бізнесу і знаходиться у площині покращення основних показників фінансового стану.

Дослідження функціонального навантаження фінансової гнучкості свідчить про те, що вона має зворотній взаємозв'язок з фінансовою стійкістю. У господарській діяльності під фінансовою стійкістю фінансового стану зазвичай розуміється незалежність від зовнішніх джерел, що в практиці підприємництва в умовах ринку пов'язано не тільки з виконанням зобов'язань, але і можливостями поглинання неспроможних суб'єктів.

Оцінюючи фінансову стійкість, в першу чергу, виходять з величини гранично допустимої частки позикових коштів: «Коли фірма бере гроші в борг, вона обіцяє зробити серію фіксованих платежів... кажуть, що борг призводить до виникнення фінансової залежності (фінансового левериджу)» [1, с.741].

Цікаве питання взаємозв'язку і залежності показників ліквідності та платоспроможності, з одного боку, і фінансової стійкості з іншого. Цілком очевидно, що зі збільшенням частки позикових коштів збільшуються і зобов'язання, що може негативно позначитися на ліквідності і платоспроможності. З іншого боку, збільшення власного капіталу позитивно позначається на платоспроможності, знижуючи обсяг можливих зобов'язань.

Практично всі закордонні фінансові аналітики сходяться на думці, що фінансова стійкість нерозривно пов'язана зі співвідношенням джерел формування майна. Найбільш вдало з цього приводу висловлювання Ентоні Риса: «Для визначення стійкості фінансового становища компанії величезне значення має з'ясування співвідношень між сумами, отриманими нею з різних джерел» [2, с. 168].

Сучасна теорія фінансового менеджменту забезпечення фінансової стійкості нерозривно пов'язує з високою часткою власного капіталу в загальній сумі використовуваних фінансових засобів. Ризиковий характер бізнесу і збільшення його ступеня зі зростанням частки позикового капіталу, веде до збільшення і ризику можливої неплатоспроможності, що викликає необхідність вирішення питання про граничний рівень позикового капіталу. При його вирішенні вибирається оптимальне співвідношення між ризиком і вартістю.

Фінансова стійкість аналізується у двох основних напрямках:

- 1) на основі фінансових коефіцієнтів, конструкція яких базуються на співвідношенні джерел формування майна;
- 2) визначення типу фінансової стійкості, шляхом порівняння двох

показників: з одного боку наявність власних оборотних коштів, з другого боку, запаси (матеріальні оборотні активи).

Другий напрям більше орієнтовано на виробничі підприємства, у яких необхідною умовою є наявність запасів, без яких неможливо продовження операційної діяльності. Логічно виникає питання «За рахунок чого повинні фінансуватися запаси?». Цілком очевидно, що для стабільної роботи необхідно їх покриття за рахунок власного капіталу. В методичному плані це буде відповідати першому і другому типу фінансової стійкості: абсолютної і нормальної. В свою чергу це повністю відповідає базовій концепції міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) – концепції безперервної діяльності [3].

Враховуючи, що запаси це частка оборотних активів, виникає наступне питання відносно їх фінансування. Регулятиви фінансового аналізу виходять з того, більше 10% оборотних активів повинно бути покрито за рахунок власного капіталу. Ця рекомендація знаходить своє відображення у показнику забезпеченості оборотних активів власними коштами, як співвідношення наявності власних оборотних коштів та оборотних активів.

Більш доступним є використання фінансових коефіцієнтів при аналізі фінансової стійкості, що пов'язано з простотою їх розрахунку. В даному випадку справа йде про використання показників, які базуються на співвідношенні джерел формування майна.

У діючих методиках фінансового аналізу, затверджених органами виконавчої влади України, робиться не досить правильний висновок про задовільний фінансовий стан підприємства, коли 
$$\frac{\text{Власний капітал}}{\text{Валюта балансу}} \geq 0,5$$
 [4, с. 178].

Формальний підхід при дотриманні рекомендованого значення не дає можливість фінансовому аналітикові зробити однозначний висновок, бо такий результат можна одержати й за рахунок факторів, що характеризують результативність господарської діяльності (нерозподілений прибуток і резервний капітал), або результати, що відображаються по балансовій статті «Капітал у дооцінках», що пов'язано з ефектом дооцінки основних засобів та інших видів активів. Тому обов'язковою вимогою є проведення вертикального аналізу власного капіталу.

Збереження фінансового капіталу є необхідною вимогою визнання одержаного прибутку і пов'язано зі збільшенням вартості чистих активів, які визначаються як різниця між активами і зобов'язаннями. При такому підході прибуток є залишковою величиною, отриманої після підрахунку витрат, у тому числі і корегування збереження капіталу із доходів. У цьому випадку, сума перевищення чистих активів у кінці періоду в порівнянні з початком періоду визнається прибутків і відбивається у фінансової звітності.

Капіталізація прибутку, з одного боку є необхідною вимогою безперервної діяльності, з другого боку – дає можливість зменшити залежність від зовнішніх зобов'язань, і відповідно підвищити перспективну платоспроможність. Ця логічна послідовність повинна враховуватися при дослідженні фінансової гнучкості підприємства в системі його економічної безпеки. Теоретичним підґрунтям цього є концепція збереження фінансового капіталу.

Сталий розвиток підприємства у довгостроковій перспективі можливий тільки у випадку збалансованості чистого прибутку і чистого грошового потоку. Розбіжність між цими показниками обумовлено тим, що прибуток розраховується на основі методу нарахувань, а грошові потоки – на касовій основі. При меншій розбіжності між ними, більше довіра до прибутку. З цією метою в практику фінансового менеджмента в умовах управління фінансовою гнучкістю варто ввести показник «коефіцієнт монетизації фінансового результату», як співвідношення позитивного чистого грошового потоку і чистого прибутку, який характеризує забезпеченість грошовими коштами фінансового результату, як джерела фінансування розвитку підприємства і фінансової незалежності.

**Список використаних джерел:**

1. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов : учеб.для вузов / Ричард Брейли, Стюарт Майерс ; пер. с англ., науч. ред. Н. Н. Барышниковой. – М. : Олимп-Бизнес, 1997. – 977 с.
2. Энтони Р. Учет: ситуации и примеры: пер. с англ. / Р. Энтони, Дж. Рис; под ред. и с предисл. А.М.Петрачкова. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 560 с.
3. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2000 / Перекл. з англ. за ред. С.Ф. Голова. – К.: Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2000. – 1272 с.
4. Іонін Є.Є. Фінансова аналітика сучасного бізнесу: [монографія]/ Є.Є. Іонін, М.М. Овчинникова. – Донецьк: ДонНУ, 2012. – 304 с.

**Клименко В. І.**, к.е.н., доцент, начальник  
управління економічних питань  
Виконавчий комітет Полтавської міської ради  
**Мокляк Л. В.**, студентка  
Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна

## **ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Сучасні умови функціонування суб'єктів підприємництва піддаються змінам досить часто та достатньо швидко. Несталі характеристики зовнішньоекономічного середовища породжують нестабільність результатів роботи та фінансового стану суб'єктів підприємницької діяльності, що, в свою чергу, обумовлює їх вразливість до негативних зовнішніх та внутрішніх впливів. Забезпечення фінансово-економічної безпеки є одним із головних завдань менеджменту підприємств, однак, при цьому, саме розуміння сутності такої безпеки є неоднозначним, як і розуміння механізму її досягнення. Незважаючи на численні дослідження у сфері економічно-фінансової безпеки суб'єктів господарювання, відчувається недостатність актуалізованої інформації з цієї проблематики. Існуючі праці, у переважній більшості, висвітлюють окремі аспекти управління безпекою (зокрема організаційні), зосереджуючись виключно або на зовнішніх, або на внутрішніх її чинниках.

Поняття економічної безпеки та безпеки фінансової досить часто співвідносяться як загальне та часткове. Фінансову безпеку також вважають

пов'язаним із фінансовим ризиком, але більш широким поняттям [1, с. 12]. Як система, фінансова безпека включає в себе підсистеми: пріоритетних фінансових інтересів (поточного і стратегічного характерів); ідентифікованих зовнішніх та внутрішніх загроз; фінансових пропорцій розвитку суб'єкта господарювання [2, с. 134]. На макрорівні, фінансова безпека – це складова економічної безпеки держави, що характеризується збалансованістю фінансів, достатньою ліквідністю активів; наявністю необхідних грошових, золотовалютних активів; ступенем захищеності фінансових інтересів на усіх рівнях фінансових відносин між суб'єктами, наявністю імунітету до негативного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів; стійкістю функціонування фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської бюджетної, податкової, інвестиційної систем; збалансованістю механізмів регулювання і саморегулювання та забезпечення ефективного функціонування економіки в цілому. Виокремлюють фінансову безпеку галузі, під якою розуміють систему фінансового захисту життєво необхідних інтересів галузі за рахунок відтворювально необхідного рівня фінансового забезпечення та зниження рівня загроз ефективному господарюванню суб'єктів в умовах ризику, яка досягається шляхом впливу фінансових важелів та інструментів на удосконалення економічних відносин у межах дії механізму для забезпечення сталого розвитку галузі. Цільове призначення фінансової безпеки досить часто виокремлюють як окрему складову в межах існуючих визначень. З одного боку, фінансова безпека сприймається як стан (з огляду на фінансовий характер поняття – фінансовий стан) суб'єкта підприємництва, з іншого – як здатність (що прямо пов'язує дане поняття із функціонуванням, діяльністю). У першому випадку фінансова безпека сприймається статично та звужено.

Держава здійснює найбільш помітний і значний вплив на формування економічної безпеки підприємництва. Використовуючи прямі і непрямі важелі втручання, вона створює і регулює економічні умови діяльності, що призначені для захисту економічних інтересів держави і її національної економіки. Загально визнано, що регулювання економіки державою в більшій або меншій мірі має місце у всіх країнах з ринковою економікою. Необхідність державного регулювання діяльності підприємницьких структур обумовлена, в тому числі, і недосконалістю їх взаємодії. Регулюванню піддаються і конкуренція, якщо вона руйнівна, і монополія, якщо вона неефективна. Метою державного регулювання є досягнення ефективного механізму взаємодії підприємництва – відносини повинні сприяти росту виробництва, установленню прийнятної ціни на товар, підвищенню якості товару і відповідної продуктової диференціації, стабільності ринку. Ефективне виконання функцій механізму фінансово-економічної безпеки суб'єкта підприємництва можливе за умови врахування економічних законів та закономірностей, на основі яких він функціонує. Закон відображає стійкі, повторювані зв'язки та відносини, що відбуваються в економічних явищах. Дія економічних законів є об'єктивною, а їх використання для управління окремою сферою – поєднання об'єктивного та суб'єктивного [3, с. 52]. Закони та закономірності визначають сукупність принципів використання механізму. Принцип представляє собою суб'єктивний підхід до управління [4, с. 36].

Підводячи підсумки, можна визначити, що фінансово-економічну безпеку підприємництва слід розглядати як універсальну та комплексну категорію, в основі якої закладено систему захисту консолідованої сукупності суб'єктів підприємницької діяльності, а також від неефективно функціонуючої державної політики з метою підвищення результативності діяльності підприємницького сектору, максимізації його прибутку, захисту інтересів національних, регіональних та галузевих виробників в умовах високодинамічних змін ринкового середовища.

**Список використаних джерел:**

1. Васильців Т. Г. Фінансова безпека підприємства: місце в системі економічної безпеки та пріоритети посилення на посткризовому етапі розвитку економіки/ Т. Г. Васильців, О. Р. Ярошко// Науковий вісник НЛТУ. - 2011. - № 21. – С. 132
2. Ванькович Д.В. Оцінка невизначеності й ризику в системі управління фінансовими ресурсами промислових підприємств / Д.В. Ванькович // Фінанси України. – 2016. - № 9. – С. 79
3. Андрушків Б.М. Економічна та майнова безпека підприємства та підприємництва. Антирейдерство: монографія / Б.М. Андрушків, Л.Я. Малуца, В.А. Паляниця та ін. – Тернопіль : Тернограф, 2008. – 424 с.
4. Лук'янова В. В. Економічний ризик: Навч. посіб./ В. В. Лук'янова, Т. В. Головач. – К.: Академвидав, 2017. – 462 с.

**Levkovets N.P.,** Senior Lecturer

Department of Finance, Accounting and Auditing  
National Transport University, Kyiv, Ukraine

**STRATEGIES FOR ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF  
TRANSPORT ENTERPRISES**

Security policy is a system of views, measures, decisions, security actions that create the conditions, a favorable environment for achieving business goals. That is, the implemented security policy enables an enterprise to execute a production program, produce competitive products (goods, services, works), increase production efficiency, increase ownership, earn the required profit, etc.

Security strategy means the set of the most significant decisions aimed at ensuring the software level of security of the enterprise.

An enterprise's economic security strategy is an economic system for ensuring the economic security of an enterprise in the long term, which is a set of private, mutually agreed components that unites the sole global goal of achieving economic profit. [1]

Naturally, the strategy of economic security of the enterprise has certain limit possibilities of achievement of the global and local goal, which are conditioned by the economic potential of the enterprise and the dynamics of the environment. The economic security strategy of an enterprise cannot ignore the macro and microeconomic situation in the country (especially when focusing on foreign economic activity), because it is impossible to make rules and methods of functioning of the enterprise outside of the external environment. Moreover, the most important elements of the economic security strategy of the enterprise, which are system-forming, should be

determined based on the specifics and directions of activity of a particular enterprise and the global purpose of its development.

The enterprise's economic security strategies are a combination of interdependent components of an economic strategy aimed at enhancing the economic effect of the enterprise's functioning in an unstable environment in order to achieve economically secure development. [2]

Development of the economic security strategy of the enterprise is based on the following principles:

- focus on long-term global goals;
- ensuring the interconnection of a set of elements of economic strategy that will help to achieve the global strategic goal of the enterprise;
- multivariate development trends;
- comprehensiveness of strategy development.

The enterprise safety strategy includes 3 components:

1) the first related to the need to respond suddenly to the threats of the transport process of property loss, deterioration of staff structure, etc. In this case, the principle of "threat - reflection" applies. Departments, services, methods, and tools created (often hurriedly) to accomplish this task can mitigate or prevent the impact of threats, and at the same time there may be a situation where the enterprise will be harmed.

2) the second strategy is focused on forecasting, advance detection of hazards and threats, purposeful study of economic and criminogenic situations both inside the enterprise and in the environment. Specialists are engaged to solve this problem, formed units of the security service and allow to consciously and purposefully carry out the work on forming favorable conditions of business activity.

3) the third strategy is aimed at compensation (compensation, restoration) of the damage. This strategy can only be considered acceptable when there is a loss or when the first and second types of strategy cannot be implemented.

Thus, an enterprise security system is a limited number of interrelated elements that ensure its security and the achievement of its business purpose. The constituent elements of such a system are the object and the subject, the security mechanism, as well as practical steps to achieve it.

The object of security is all that the security efforts are aimed at. These include:

a) different types of activity of the enterprise (commercial, managerial, production, delivery);

b) property and resources of the enterprise (financial, logistical, information, intellectual);

c) staff of the firm, its managers, shareholders, various structural divisions, services, partners, employees who possess information that is a trade secret and others. The subjects of enterprise security are persons, divisions, services, bodies, departments, which are directly engaged in ensuring business security. Given the broad scope of this activity, it is not enough to cover its provision with the help of one or two bodies. Therefore, many entities are subject to enterprise security. They can all be classified on different grounds.

In cooperation with state non-governmental organizations, agencies and institutions exist and successfully operate. These are various private security and detective firms, think tanks, information services; educational, scientific and consulting organizations, etc. As a rule, they provide for the protection of objects, provide security for information, trade secrets, collect and provide information about competitors, unreliable partners, etc. World experience shows that it is mainly non-governmental organizations that meet the challenges of ensuring business security.

For the successful existence of an enterprise, it is necessary to implement an enterprise security strategy, which means the set of the most important decisions aimed at ensuring the proper level of security of the enterprise functioning.

#### **References:**

1. Donetsk L.I. Economic security of the enterprise: textbook. tool. / L.I. Donets, N.V. Vashchenko.-K.: Center for Educational Literature, 2008. - 239 p.
2. Kozachenko G.V. Economic safety of the enterprise: the essence and mechanism of providing: a monograph / G.V. Kozachenko, V.P. Ponomaryov, O.M. Lyashenko. - K.: Libra, 2007.

**Левченко Т.М.,** магістр  
**Науковий керівник: Новодворська В.В.,**  
к.е.н., доцент ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

### **МЕТОДИКА СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ТА КОНТРОЛЮ ЇЇ ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

В сучасних економічних умовах господарювання питання економічної безпеки підприємницьких структур є надзвичайно актуальним. Економічна безпека підприємства – це стан захищеності його життєво важливих інтересів від нечесної конкуренції, некомпетентних рішень, недосконалих законів, а також здатність протистояти цим загрозам і реалізувати мету своєї діяльності.

Підприємства намагаються використовувати всі внутрішні резерви для забезпечення свого розвитку в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Це можливо при вирішенні питання вдосконалення економічного аналізу фінансового стану та його прогнозування, а також формування інформаційного забезпечення економічної безпеки підприємства, основою якого є фінансова звітність.

Фінансова звітність, яку складають господарства, має містити достовірну інформацію про активи, зобов'язання, власний капітал та результати діяльності. Задля повного висвітлення цієї інформації головний бухгалтер має завершити всі необхідні роботи перед процесом складання фінансової звітності. Від терміну звітного періоду залежить і обсяг робіт. Найбільше робіт проводиться перед складанням річної звітності. Послідовність цих робіт така:

1. Опрацювання бухгалтерами підприємства нових законодавчих актів, проведених змін і доповнень до нормативних актів, які відносяться до складання та подання фінансової звітності.

2. Формування головним бухгалтером наказу по підприємству про інвентаризацію товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів та розрахунків, визначення складу робочих інвентаризаційних комісій, періоду проведення і розрахунку результатів інвентаризацій з відображенням на рахунках бухгалтерського обліку.

3. Перевірка та зміна показників періодичної і річної звітності на предмет їх порівнянності. Необхідність в такій перевірці зумовлена тим, що всі закони, які затверджуються на першу дату, вводяться в дію з початку попередніх звітних періодів, а також це пов'язане із структурними змінами на підприємстві.

4. В сучасному ринковому середовищі підприємству потрібно здійснювати переоцінку активів. У випадку, коли залишкова вартість активу значно відрізняється від його справедливої вартості на дату Балансу, то підприємство може переоцінювати активи. Після проведення переоцінки об'єкта основних засобів, необхідно провести і переоцінку інших об'єктів тієї ж групи на ту ж саму дату.

5. Узгодження доходів і витрат звітного періоду. Однією з умов забезпечення достовірності даних є дотримання принципу узгодження доходів і витрат, що відносяться до звітного періоду. Отже, потрібно нарахувати необхідні резерви, які передбачені наказом про облікову політику, та відредагувати інші раніше створенні резерви, що не використовувалися у звітному періоді, та їх залишки переносяться на наступний звітний період [1].

6. Закінчити ведення записів на рахунках аналітичного обліку, сформувані відомості за окремими субрахунками до синтетичних рахунків, якщо існує в цьому потреба. Цей процес потрібний як для забезпечення вірності даних, так для формування звітності.

7. Закінчити ведення записів у Головній книзі і скласти за синтетичними рахунками Головної книги зведену сторінку Головної книги при журнальній формі обліку для впевненості дотримання подвійного запису, або оборотно-сальдову відомість. Звірити дані оборотної відомості за синтетичними рахунками з оборотними відомостями за аналітичними рахунками чи реєстрами аналітичного бухгалтерського обліку.

8. Повністю заповнити всі встановлені форми фінансової звітності, в тому числі пояснювальні записки та Примітки.

9. Звірити дані показників фінансової звітності між різними формами та в їх межах. Методика узгодженості показників звітності розроблена Міністерством фінансів України і може уточнюватися та доповнюватися міністерствами, відомствами з урахуванням відомчої звітності.

10. Переглянути та затвердити річну звітність, при цьому керуючись нормативними та установчими актами суб'єкта господарювання.



11. Подати фінансову звітність із супровідним листом за адресами, згідно з Порядком подання фінансової звітності, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. № 419 [2, с. 56].

Складений бухгалтерський фінансовий звіт детально перевіряється головним бухгалтером як з огляду правильності заповнення усіх рядків Балансу та інших форм, так і на предмет їх взаємоузгодженості. Після цього головний бухгалтер і керівник детально аналізують дані форм фінансової звітності та підписують їх. За відсутності на підприємстві головного бухгалтера, звіт підписує фахівець, який веде облік.

Підписи керівника і головного бухгалтера проставляються у кінці кожної форми фінансової звітності. Ця частина звіту повинна включати:

- власноручний підпис особи;
- прізвище та ініціали особи;
- фактичну дату підписання звітності.

Датою подання фінансової звітності для господарства є день фактичної її передачі за належністю, а в разі надсилання її поштою – дата одержання адресатом звітності, зазначена на штемпелі підприємства зв'язку, що обслуговує адресата. У тому випадку, коли дата подання звітності випадає на неробочий день, термін подання переноситься на перший після вихідного робочий день.

Весь цикл бухгалтерського обліку від здійснення операції до складання фінансової звітності може бути поділений на такі етапи:

- 1) відображення всіх операцій у первинних документах;
- 2) аналіз операції, її визнання та оцінка відповідно до вимог НП(С)БО, а також відображення у певних регістрах бухгалтерського обліку (відомості, журнали);
- 3) внесення записів за результатами інвентаризації щодо активів та зобов'язань до регістрів;
- 4) перенесення даних у Головну книгу;
- 5) закриття рахунків доходів та витрат;
- 6) складання оборотно-сальдового балансу;
- 7) складання фінансової звітності (Баланс, Звіт про фінансові результати, Звіт про рух грошових коштів, Звіт про власний капітал, Примітки).

Оборотно-сальдовий баланс – це перелік всіх рахунків із зазначенням сальдо на початок звітного періоду, оборотів за дебетом і кредитом рахунків і сальдо на кінець періоду. Він робиться на основі даних Головної книги та дає можливість перевірити рівність залишків за дебетом залишкам за кредитом та рівність дебетових та кредитових оборотів за звітний період. На основі оборотно-сальдового балансу складається Баланс та Звіт про фінансові результати [4, с. 145].

До відповідних органів (податкова служба, органи статистики) за місцем знаходження підприємства подають оригінали звітів. Оприлюднення звітності – це офіційне подання фінансової звітності до органів Державного комітету статистики України, Державної податкової адміністрації України, Фонду державного майна, Антимонопольного комітету України, Комітету у справах

нагляду за страховою діяльністю, Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку та інших установ і організацій, які відповідно до законодавчих актів України вповноважено для отримання бухгалтерської фінансової звітності від суб'єктів господарювання, а також офіційна публікація звітів про фінансовий стан підприємства в засобах масової інформації, якщо це передбачено законодавством [4, с. 102].

Оскільки, відомо, що фінансова звітність є єдиною, тому звіти, складені організаціями та підприємствами будь яких галузей, повинні формуватися за єдиними формами. Всі підприємства, які мають статус юридичної особи в Україні, спільні підприємства з іноземними громадянами, державні підприємства складають бухгалтерську фінансову звітність за встановленими формами.

Форми фінансової звітності і порядок їх складання встановлюються:

- для підприємств (крім банків) – Міністерством фінансів України за погодженням із Державним комітетом статистики України;
- для банків – Національним банком України;
- для бюджетних установ – Державним казначейством України [4, с. 43].

Скорочені форми фінансової звітності передбачені у НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2]. Суб'єкти малого підприємництва фінансову звітність складають за спрощеною формою.

#### *Список використаних джерел:*

1. Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (з врахуванням останніх змін, внесених Законом України № 663-VII від 24.10.2013 р.).
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 року № 73.
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкція про його застосування // Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 (з врахуванням змін і доповнень, останні з яких внесені наказом Міністерства фінансів України № 627 від 27.06.2013 р.).
4. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: Підручник / За редакцією проф. М.Ф. Огійчука. – 6-те вид., перероблене і доповнене. – К.: Алерта, 2011. – 1042 с.

**Литвинчук Р.В.**, магістрант  
**Ющишина Л.О.**, к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ**

В умовах глобалізації світової економіки, перманентних кризових явищ у вітчизняній економіці успішна діяльність та розвиток українських підприємств значною мірою залежить від здатності їх систем безпеки успішно протидіяти небезпекам та загрозам зовнішнього і внутрішнього середовища.

Одне з провідних завдань в забезпеченні фінансово-економічної безпеки підприємства – це виявлення небажаних шляхів поведінки організації, коригування напрямку руху та запобігання впливу негативних тенденцій. Формування системи фінансово-економічної безпеки – найскладніший та найвідповідальніший етап процесу управління підприємством.

На думку Соломіної Г. В., система фінансово-економічної безпеки підприємства – це «сукупність невід’ємних її елементів та взаємозв’язків між ними, створення якої має на меті постійне гарантування її належного рівня» [4, с.19].

Досліджуючи систему фінансово-економічної безпеки, доцільно вивчити не лише її сутність, а й передумови ефективного формування та розвитку. Перед даною системою поставлене завдання із забезпеченню належної безпеки функціонування бізнесу. Це є однією з головних засад, котра підтримує життєздатність вітчизняних підприємств в умовах активного економічного середовища. Належна безпека бізнесу є основою забезпечення надійних конкурентних позицій, гарантією ефективного функціонування та стабільного розвитку суб’єкта господарювання.

Управління безпекою підприємства є невід’ємною складовою системи ведення бізнесу в сучасних умовах, забезпечуючи належну якість бізнесу. Якість сучасного бізнесу можна визначити такими головними елементами: економічна ефективність суб’єкта господарювання; соціальне спрямування та безпека [2].

Розглядаючи фінансово-економічну безпеку як складову розвитку сучасного бізнесу, вітчизняні експерти виокремлюють певні негативні чинники, зокрема: низький рівень ринкового середовища; незавершене формування правової бази вітчизняної економічної політики; недосконалість вітчизняної регуляторної політики; хитка бюджетна політика; існування монополій цінового характеру; процвітання кримінальних посягань. До цього часу спостерігаються корупційні та дискримінаційні дії по відношенню до підприємців; недосконалість судова система; корумпованість державних органів та відсутність таких, котрі б захищали права власників; неналежний рівень конкурентної спроможності підприємств та їх низька інноваційна активність; низькі показники фінансового стану та економічної ефективності роботи підприємств, неналежне використання ресурсного забезпечення підприємства тощо.

Безпека бізнесу загалом – це відповідний стан існуючих корпоративних ресурсів (ресурс капіталу, персонал, наявність інформації та технологій, необхідна техніка та устаткування) і підприємницьких можливостей. Тільки такий стан може гарантувати максимально ефективне використання наявних ресурсів для забезпечення стабільної роботи та динамічного економічного і соціального розвитку. Також такий стійкий стан дозволить усунути внутрішні та зовнішні негативні впливи.

Основними елементами безпеки сучасного бізнесу є: забезпечення захисту конфіденційної інформації та комерційної таємниці; електронна та внутрішня безпека; безпека основних засобів; сучасна фізична та технічна безпека; безпека комунікацій; логістична та екологічна безпека; економічна розвідка тощо [1].

Вивчаючи дану проблематику, варто зазначити, що під визначенням фінансово-економічної безпеки слід розуміти рівень захищеності ресурсів і інтелектуального потенціалу суб'єкта господарської діяльності від існуючих та можливих загроз зовнішнього та внутрішнього середовища. Кожен вид економічної діяльності являє собою певну систему, котра характеризується певними зв'язками між окремими її елементами, тому діяльність повинна бути спрямована на належне підтримання фінансово-економічної безпеки власного підприємства, а також повинна носити власний системний характер. Зауважимо, що враховуючи розміри загрози для фінансово-економічної безпеки підприємства, під захист підлягають всі ресурси, котрі використовуються для отримання економічної та соціальної мети конкретного бізнесу. Вагомою складовою самого процесу здійснення управління системою фінансово-економічної безпеки підприємства є її адекватна оцінка, котра повинна чітко визначити, у якому стані фінансово-економічної безпеки перебуває підприємство. Слід зазначити, що на сьогодні немає чіткої методики її оцінювання. На даний час існує багато різних поглядів на саму сутність поняття фінансово-економічна безпека, що впливає, і на саму методику і перелік показників, котрі підлягають оцінюванню [3].

Повертаючись до вище викладеного, слід зробити висновок, що належна система фінансово-економічної безпеки повинна ефективно працювати на будь-яких підприємствах, незважаючи на їх величину та різновид економічної діяльності, забезпечуючи їх стабільну господарську діяльність та динамічний розвиток.

#### *Список використаних джерел:*

1. Вівчар О. І. Інтеграційні процеси логістики у контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки бізнесу. Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаїв, 2015. Вип. 5. URL: <http://global-national.in.ua/issue-5-2015> (дата звернення: 24.10.2019).
2. Вівчар О. І. Концептуальні підходи SPACE-методики при діагностиці та оцінці економічної безпеки підприємств. Virtus: Scientific Journal. 2016. № 5. С. 231-235. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/1955> (дата звернення: 24.10.2019).
3. Колесніков А. П. Засади механізму забезпечення стійкого розвитку підприємств. Інноваційна економіка. Тернопіль, 2013. № 1 (39). С. 97–100.
4. Соломіна Г. В. Забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємництва: навч. посіб. Дніпро: ДДУВ, 2018. 234 с.

**Ліщук Р.А.**, студент  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.**,  
к.е.н., доцент Східноєвропейський  
національний університет ім. Лесі Українки,  
м. Луцьк, Україна

### **ЗАХОДИ ЩОДО ЗМІЦНЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

У структурі економічної безпеки підприємства кадрова безпека займає центральне положення, оскільки кадри забезпечують всі інші види безпеки:

інформаційну, фінансову, екологічну та ін. Кадрова безпека підприємства передбачає суворе дотримання прописаних заходів при прийомі нових співробітників; програму адаптації співробітників; створення сприятливого середовища для лояльності співробітників до компанії та розробку комплексу заходів щодо введення конфіденційного діловодства, а також режиму комерційної таємниці.

Відзначимо, що в даний час на підприємствах відбувається зростання кількості порушень (в тому числі, і кримінального характеру), невиконання заходів, які пропонуються співробітниками кадрового відділу [1]. Персонал підприємства має доступ до інформаційних баз даних компанії (бухгалтерська звітність, активи, витрати, розподіл бюджетів, база клієнтів, інформація про операції, особиста інформація про співробітників і т.д.), що, безсумнівно, посилює ризики [2, с. 179].

Заходи, націлені на вдосконалення механізму кадрової безпеки слід орієнтувати на зміцнення і нарощування кадрового потенціалу. В узагальненому вигляді всі заходи можна об'єднати в кілька напрямків:

1. Процес найму співробітників. Тут вважаємо за необхідне оцінити благонадійність працівника. Документальне, юридичне забезпечення механізму влаштування на роботу, мінімальний або встановлені законодавчо випробувальний термін, допомога при адаптації співробітника - все це безпосередньо впливає на благонадійність співробітника, а значить, це безпосередньо торкається питань забезпечення кадрової безпеки [3].

2. Лояльність співробітників до організації. Це найважливіше завдання в стратегії розвитку і підвищення ступеня забезпечення кадрової безпеки. Тут важливим є створення сприятливого середовища для співробітників [4, с. 185]. При цьому доцільно не просто визначити вектор розвитку в даному напрямку, а й прописати на адміністративному рівні детальну програму зі створення лояльності, з написанням індивідуальної (або групової) мотивації за потребами, створення корпоративної культури та ін. [5, с.34].

3. Контроль з боку адміністративного апарату. Контроль необхідний, перш за все, для перевірки виконуваних регламентів, режимів, наказів, нормативів і ін. Ці заходи спрямовані на виховання в співробітниках корпоративних і етичних норм, необхідних компанією [6, с.32].

Кадрова безпека досягається в тому випадку, якщо організація забезпечена висококваліфікованим і надійним персоналом. Можна розглядати кілька складових і параметрів оцінки надійності персоналу.

По-перше - це психофізіологічна надійність - властивості організму і психіки людини, які дозволяють працівнику безпомилково і впевнено виконувати свої трудові та службові функції, не піддаючи ризику безпеку підприємства. [7].

По-друге, професійна надійність, яка забезпечується рівнем знань, кваліфікації і досвіду, високими діловими якостями, розвиненою корпоративною професійною культурою. [8, с.270].

По-третє, особистісна надійність - відданість співробітника організації, його лояльність до підприємства з позиції оцінки властивих йому моральних якостей, та соціального оточення. [9, с.138].

Таким чином, кадрова безпека, будучи елементом економічної безпеки підприємства, орієнтована на роботу з персоналом, на вдосконалення методів і процедур прийому і відбору персоналу, адаптації нових співробітників, розробку критеріїв їх оцінки, мотивації, поліпшення умов праці, на встановлення етичних і трудових відносин, підвищення оперативності управління, за рахунок зниження витрат на реалізацію управління кадровими процесами. Забезпечуючи високий рівень кадрової безпеки, підприємство в значній мірі підвищує економічну безпеку в цілому, оскільки персонал - ключова ланка в роботі підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Швець Н. Методи виявлення і збереження кадрової безпеки, або Як перемогти зловживання персоналу. Персонал. 2006. № 5. URL: <http://www.personal.in.ua/article.php?id=291>.
2. Швець І.Б. Економічна безпека в управлінні персоналом. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 36-1. Донецьк. 2009. С. 179-184.
3. Кос В.В. Кадрова безпека. URL: <http://privatbank.ua/ua/business/srednemu-i-krupnomu-iznesu/kadrovajabezopasnost>.
4. Томаневич Л. М. Кадрова безпека підприємства як об'єкт теоретичного дослідження. Збірник наукових праць Львівського державного університету внутрішніх справ. 2009. № 1. С. 185-193. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvldu\\_e/2009\\_1/index.htm](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvldu_e/2009_1/index.htm).
5. Назарова Г. Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2010. Вип.15. С. 34–37.
6. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.
7. Ортинський В.Л. Економічна безпека підприємств, організацій та установ: навчальний посібник / В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко – Правова єдність, 2009. 544 с. URL: [http://pidruchniki.ws/1663080551264/ekonomika/ekonomichna\\_bezpeka\\_pi\\_dpriyemstv\\_organizatsiy\\_ta\\_ustanov\\_-\\_ortinskiy\\_vl](http://pidruchniki.ws/1663080551264/ekonomika/ekonomichna_bezpeka_pi_dpriyemstv_organizatsiy_ta_ustanov_-_ortinskiy_vl).
8. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
9. Красномоєць В. А. Методи забезпечення кадрової безпеки підприємства. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2012. Випуск 3(59) 2012 р. Серія «Економіка». С. 138-143.

**Ломпей С.О., Пфістер Д.Г., студенти**  
**Науковий керівник: Фірман В.М.,**  
к.т.н., доцент  
Львівський національний університет  
ім. Івана Франка, м. Львів, Україна

## **ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Метою функціонування будь-якого підприємства, яке займається виробництвом або послугами є отримання прибутку , економічної ефективності,

які в умовах сьогодення в контексті розвитку економіки України перебувають у тісній взаємозалежності від впливу як глобалізаційних процесів, так і макроекономічних чинників впливу всередині країни та характеризується нестабільністю політичного, економічного, правового середовища й невизначеністю умов функціонування підприємницьких структур. Для вітчизняних підприємницьких структур стає актуальною проблема формування системи їх фінансово-економічної безпеки. Вона забезпечується впровадженням сучасних форм, методів, інструментів й комплексного врахування взаємозв'язків її елементів. Основне завдання фінансово-економічної безпеки підприємницьких структур - максимально сприяти нейтралізації існуючих та потенційних ризиків і загроз.

Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур є багатоаспектним поняттям, оскільки стосується безпосередньо заходів щодо попередження можливих збитків, спричинених внутрішніми та зовнішніми чинниками. На думку Іващенко О. О., Четверікова П. М., фінансово-економічна безпека – це результат комплексу складових, орієнтованих на усунення фінансово-економічних загроз функціонування та розвитку підприємства і забезпечення його фінансової стійкості й незалежності, високої конкурентоспроможності технологічного потенціалу, оптимальності та ефективності організаційної структури, правового захисту діяльності, захисту інформаційного середовища, комерційної таємниці, безпеки персоналу, капіталу, майна та комерційних інтересів [1]. Ковальчук Н. О., Корбутяк А. Г. пропонують трактувати фінансово-економічну безпеку підприємства як такий стан його економічної системи, що характеризується внутрішньою збалансованістю, стійкістю до негативного впливу будь-яких загроз, високим рівнем адаптованості до мінливих умов зовнішнього середовища та її здатністю забезпечувати фінансово-господарську діяльність на основі реалізації інтересів власників корпоративних прав, інвесторів шляхом оптимального поєднання наявного інструментарію діагностичного та контролюючого фінансового характеру [2].

Основними характеристиками системи фінансово-економічної безпеки підприємства є:

— унікальність (система фінансово-економічної безпеки не може бути однаковою в різних підприємствах, установах чи організаціях. Її унікальність залежить від спеціалізації та структури виробничої діяльності та промислового потенціалу, місця суб'єкта господарювання на ринку, кваліфікації та дисциплінованості кадрів тощо);

— самостійність (система фінансово-економічної безпеки окремого підприємства є відносно самостійною й відособленою по відношенню до аналогічних систем безпеки інших суб'єктів підприємницької діяльності, у той же час, система фінансово-економічної безпеки підприємства — це складний елемент фінансово-економічної безпеки регіону, галузі, держави);

— комплексність (система фінансово-економічної безпеки підприємства може бути тільки комплексною. Її забезпечення тісно пов'язано з рівнем

забезпечення науково-технічної, кадрової, екологічної, інформаційної, фізичної безпеки та інших);

— динамічність (полягає у забезпеченні можливостей швидкої зміни послідовності дій та стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки при зміні факторів та умов фінансового середовища підприємства);

— ефективність (ефективне забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства можливе за умов, коли вибір та застосування сил, засобів та охоронних заходів здійснюється на основі детально продуманої концепції) [3].

Для досягнення фінансової безпеки на підприємстві необхідно розробити механізм забезпечення фінансової безпеки. Для розгляду даного механізму визначимо сутність поняття «фінансова безпека». Сутність фінансової безпеки полягає у наявності такого його фінансового стану, який характеризується:

— збалансованістю і якістю фінансових інструментів, технологій і послуг;

— стійкістю до загроз;

— здатністю підприємства забезпечувати реалізацію фінансових інтересів, а також місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів;

— спрямованістю на ефективний і сталий розвиток [4].

Тому механізм фінансової безпеки підприємства дозволяє:

1) забезпечити фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність та достатню фінансову незалежність підприємства у довгостроковому періоді;

2) забезпечити оптимальне залучення та ефективно використання фінансових ресурсів підприємства;

3) ідентифікувати зовнішні і внутрішні небезпеки та загрози фінансовому стану підприємства та розробляти заходи для їх вчасного усунення;

4) самостійно розробляти та впроваджувати фінансову стратегію;

5) забезпечувати достатню фінансову незалежність підприємства;

6) забезпечувати достатню гнучкість при ухваленні фінансових рішень;

7) забезпечувати захищеність фінансових інтересів власників підприємства [4].

До складу фінансових інструментів забезпечення фінансової безпеки підприємства, що визначають його фінансові відносини, слід віднести:

- платіжні інструменти (доручення, акредитив та ін.);

- кредитні інструменти (угоди про кредитування);

- депозитні інструменти (депозитні сертифікати, угоди);

- інвестиційні інструменти (акції, паї);

- інструменти страхування (страхова угода) [4].

Отже, процес формування системи фінансово-економічної безпеки підприємства є доволі складним завданням і охоплює сукупність елементів, які в комплексно-раціональному поєднанні дозволять підприємницьким структурам забезпечити їх прибутковість та стабільний розвиток. При її формуванні необхідно враховувати специфіку функціонування конкретних суб'єктів господарювання та ступінь ризиковості їх діяльності. Комплекс заходів із підвищення рівня фінансово-економічної безпеки покликаний забезпечити



мінімізацію фінансово-інвестиційних загроз, удосконалення виробничої програми, організаційної структури, підвищення якості кадрового потенціалу управління фінансово-економічною безпекою на підприємстві, що дасть змогу менеджменту більш якісно захищати власні фінансові інтереси та розробляти заходи з протидії загрозам внутрішнього та зовнішнього середовища. В даному контексті виникає необхідність розробки дієвої стратегії розвитку фінансово-економічної безпеки, яка би характеризувалася тісним взаємозв'язком і взаємообумовленістю її основних складових. Для ефективної розробки та впровадження дієвої стратегії економічно-фінансової безпеки підприємства потрібно на підприємстві розробити та використовувати механізм забезпечення економічної безпеки, який включає в себе: інструменти, методи та систему інформаційно-аналітичного забезпечення.

**Список використаних джерел:**

1. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / за ред. Т.Г. Васильціва. Львів, 2012. 386 с.
2. Ковальчук Н. О. Підходи щодо оцінювання фінансово-економічної безпеки вітчизняних підприємств. *Бізнес-інформ*. 2014. № 10. С. 249-255. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=binf\\_2014\\_10\\_42](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=binf_2014_10_42) (дата звернення: 24.10.2019).
3. Квасова О.П., Хімич Г.О., Дегтяр А.С. Фінансово-економічна безпека як система. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2016. № 12 (22). 2 т. С 70-73.
4. Чібісова І.В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/ppci/2011\\_31/Chibis.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppci/2011_31/Chibis.pdf) (дата звернення: 25.10.2019).

**Ляхович О.О.**, к.е.н., доцент

**Кравчук О. О.**, студентка

Національний університет водного  
господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна

**ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ  
ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах неоіндустріального розвитку суспільства необхідною умовою забезпечення сталого економічного зростання та посилення національної конкурентоспроможності є перехід від економіки, заснованої на використанні природних ресурсів, до економіки, що базується на знаннях та інноваціях, оскільки у розвинутих країнах до 80% приросту ВВП забезпечується саме технологічними інноваціями. Україною обрано інноваційно-інвестиційну модель економіки, у рамках якої посилена увага приділяється здійсненню фундаментальних наукових досліджень та пошуку інвестиційних ресурсів для фінансування найбільш перспективних проектів і впровадження їхніх результатів у виробництво, але побудова такої системи можлива лише після низки структурних реформ та створення інституційного підґрунтя (уніфікації законодавства до світових стандартів, створення інфраструктури інноваційно-

інвестиційної діяльності, забезпечення макроекономічної стабільності та прогнозованості економічної політики) на основі забезпечення усіх складових економічної безпеки.

Інвестиційну складову економічної безпеки зазвичай пов'язують з інноваційною, але довгий час ці дві категорії досліджувались окремо. Відповідно до оновлених Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки (2013 р.), інноваційно-інвестиційна безпека є одним з видів економічної безпеки держави та трактується як стан економічного середовища у державі, що стимулює вітчизняних та іноземних інвесторів укласти кошти у розширення виробництва в країні, сприяє розвитку високотехнологічного виробництва, інтеграції науково-дослідної та виробничої сфер із метою зростання ефективності, поглиблення спеціалізації національної економіки та створення продукції з високою часткою доданої вартості [3].

Сьогодні інвестиції зумовлюють напрями й інтенсивність розвитку всього економічного процесу в суспільстві. Саме динамічно зростаючі інвестиції, трансформуючись у створення нових конкурентоспроможних виробництв, є найважливішим засобом економічного зростання технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на всіх рівнях. Від обсягу і структури вкладень в основний капітал та їх інноваційної спрямованості залежить конкурентоспроможність підприємств [2].

Головною складовою інноваційного, інвестиційного та виробничо-господарського функціонування є фінансова складова. За фінансову складову економічної безпеки відповідають фінансово-економічний відділ підприємства. Показники фінансово-економічної безпеки поділяють на групи: показників прибутковості та коефіцієнтів рентабельності, у тому числі рентабельності валового та операційного прибутку, рентабельності активів, показників ділової активності, у тому числі коефіцієнт оборотності основних засобів, фінансової стійкості, коефіцієнти структури капіталу, коефіцієнти платоспроможності та ліквідності.

Найбільш характерними для визначення рівня фінансово-економічної безпеки інноваційних підприємств є такі групи показників:

- показники прибутковості підприємства, що показують ефективність, прибуток від його виробничо-господарської, економічно фінансової чи інвестиційної діяльності;
- показники рентабельності, що характеризують ефективність використання валового, операційного та чистого прибутку підприємства та його активів;
- оборотність активів підприємства, що характеризує кількість оборотів активів підприємства за певний період часу;
- коефіцієнт забезпечення боргів (співвідношення власного та залученого капіталів);
- платоспроможність підприємства, що характеризує здатність підприємства вчасно розраховуватися з боргами;

– показники поточної та абсолютної ліквідності показують, наскільки короткострокові зобов'язання покриваються ліквідними активами [1].

Загальні стратегічні положення інноваційної діяльності підприємства конкретизуються в інноваційних програмах розвитку, які передбачають розробку тактичних заходів щодо досягнення цілей, визначених в інноваційній стратегії підприємства. Інноваційна програма – це комплекс інноваційних процесів та заходів, узгоджених за ресурсами, виконавцями і термінами їх здійснення; які забезпечують ефективне вирішення завдань щодо освоєння та поширення принципово нових видів продукції або технологій.

До інноваційної програми входять наступні складові елементи:

1. Цілі та завдання.
2. Заходи підтримки та механізми реалізації завдань.
3. Виконавці програми.
4. Ресурсне забезпечення програми.

В процесі формування інноваційної програми підприємства повинно бути обґрунтовано її науково-методичне, нормативно-правове, організаційне та фінансове забезпечення. Науково-методичне забезпечення необхідне для обґрунтування доцільності розробки інноваційної програми, вибору цільових показників, оцінки очікуваних результатів і визначення необхідних організаційних перетворень на підприємстві для реалізації програми. Фінансове забезпечення складається з визначення джерел фінансування та аналізу обсягів інвестицій, а також включає здійснення фінансового контролю. Організаційне забезпечення включає в себе підготовку необхідних кадрів, розробку структурно-організаційних змін на підприємстві і організацію контролю за етапами реалізації програми. Нормативно-правове забезпечення має на меті узгодження планових дій з діючими правовими нормами [4].

Отже, управління інвестиційно-інноваційною діяльністю передбачає розроблення комплексу заходів, що впливатиме на покращення фінансово-економічного стану підприємства, удосконалення процесів виробництва, технологічних процесів, підвищення якості продукції. Також впровадження інноваційно-інвестиційної стратегії сприятиме зростанню обсягів виробництва високотехнологічної та наукомісткої продукції з високою доданою вартістю, модернізації традиційних і розвиток нових галузей, що дозволить забезпечити відхід від моделі сировинної до випереджаючого розвитку економіки. Саме за таких умов, подальшим етапом досліджень є вивчення структурних елементів забезпечення розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності та їх вплив на забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

#### *Список використаних джерел:*

1. Алькема В.Г., Літвін Н.М., Кириченко О.С. Економічна безпека інноваційного підприємства: навч. посіб. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2015. 320 с.
2. Білик В. В. Характеристика інноваційно-інвестиційної складової в системі економічної безпеки підприємств України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. №10. С. 35-38
3. Новікова К. І. Інноваційно-інвестиційна безпека: сучасні виклики та загрози. Науковий вісник: серія Економічні науки. 2016. №16. С. 26-30

4. Олійник Л.В. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі формування інноваційних програм. Економіка і організація управління. 2017. № 3 (27). С.51-59

**Межова О.О., студентка**  
**Науковий керівник: Сак Т.В., к.е.н., доцент**  
Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ВИДИ СТРАТЕГІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Забезпечення економічної безпеки підприємств неможливе без якісного стратегічного управління, що передбачає всебічну оцінку середовища функціонування, визначення рівня впливу внутрішніх та зовнішніх загроз, а також розробку системи заходів забезпечення належного рівня захищеності через обґрунтування та реалізацію відповідних стратегій. Саме обрана ефективна стратегія забезпечення економічної безпеки зможе гарантувати безпеку та захист інтересів бізнесу [4].

Підходи науковців до класифікації стратегій економічної безпеки є неоднозначними. Так, Т. Іванюта та О. Заїчковський пропонують лише три типи стратегії економічної безпеки підприємства [2]:

- раптового реагування на загрози;
- прогнозування небезпек та загроз;
- відшкодування завданих збитків.

Залежно від стану рівня безпеки підприємства та його фінансових можливостей група авторів Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В. виділяють такі види стратегій забезпечення економічної безпеки [1, с. 220]:

- системного планового забезпечення;
- швидкого реагування;
- інституціоналізації та послідовного зміцнення;
- комплексного гарантування;
- відшкодування збитку;
- раптового реагування;
- сегментованого забезпечення;
- часткового врахування;
- делегування функцій.

У той же час Н. Коленда пропонує використовувати підхід, згідно з яким для забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства можливе застосування наступних типів стратегій [3, с. 121]:

1. Пасивна стратегія – доцільна для підприємства, соціально-економічна безпека якого знаходиться на етапі зростання. Пріоритетними стратегічними заходами мають стати: впровадження гнучкої організаційної структури, застосування раціонального управлінського стилю, делегування повноважень, а

також використання інформаційних мереж, засобів обробки, зберігання, передачі та захисту інформації, формування кадрового складу на основі дієвої системи мотивації, що відповідає умовам господарювання.

2. Стратегія підтримки, що передбачає стабілізацію надходжень підприємства, зменшення залучених коштів, корегування організаційної структури й апарату управління із застосуванням ліберального або демократичного стилю, розвиток кадрового складу за рахунок навчання власних працівників і, при необхідності, залучення їх ззовні, удосконалення системи їх мотивування відповідно до оновлених цілей та завдань господарювання.

3. Стратегія стабілізації, що передбачає застосування жорсткого авторитарного стилю управління, посилення відповідальності за виконання працівниками обов'язків, зменшення витрат у всіх підсистемах підприємства.

4. Агресивна стратегія – спрямована на зменшення темпів прояву кризових явищ з подальшою стабілізацією становища системи у перспективі. Передбачає мінімізацію обсягів поточних збитків та вивільнення за рахунок проведення реструктуризації необхідних для стабілізації діяльності коштів. Дана стратегія застосовується при наявності кризи на підприємстві.

З погляду аналізу умов функціонування підприємства та передбачення змін, що формують загрози безпеці, усі стратегії варто поділити на такі, що:

- 1) попереджують можливі загрози;
- 2) усувають існуючі загрози;
- 3) відновлюють рівень економічної безпеки.

Для обґрунтування стратегії забезпечення економічної безпеки необхідно детально проаналізувати внутрішній стан підприємства та загрози зовнішнього середовища. Лише маючи достатню кількість інформації про конкурентний статус підприємства, особливості зовнішньої взаємодії та внутрішньої будови керівництва підприємства може визначити стратегію, що сприятиме досягненню намічених цілей та мети в управлінні економічною безпекою. Обґрунтування стратегій забезпечення економічної безпеки підприємства дозволить уникнути загроз зовнішнього середовища, ліквідувати слабкі місця підприємства, а також зменшити невизначеності в майбутньому, підвищити рівень керованості системи економічної безпеки.

#### *Список використаних джерел:*

1. Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія. Львів: Арал, 2012. 386 с.

2. Іванюта Т.М., Заїчковський А.О. Економічна безпека підприємства: навч. посіб. К: Центр учбової літератури, 2009. 256 с.

3. Механізми забезпечення соціоекологічної економічної безпеки підприємств: колективна монографія / Л.М. Черчик, Н.В. Коленда та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л.М. Черчик. Луцьк: Терен, 2019. 300 с.

4. Сак Т. В. Стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства. Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених, 17–18 квітня 2015 р. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. С. 212-214.

**Мігальчук Д.О.**, студентка  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.**,  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ЕТАПИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Захист діяльності підприємства від різних існуючих або можливих загроз забезпечує система економічної безпеки, яка представляє собою єдиний організаційно-технічний комплекс управлінських, технічних, режимних, профілактичних і пропагандистських заходів, націлених на якісну реалізацію і захист інтересів підприємства від внутрішніх і зовнішніх загроз.

Загрози економічній безпеці, які в більшості випадків не можливо спрогнозувати представляють собою ризики [1, с. 44]. Ризик це - дія, спрямована на привабливу мету, досягнення якої пов'язане з елементом небезпеки, загрозою втрати або неуспіху [2, с. 132].

Ризик є об'єктивним неминучим елементом прийняття будь-якого рішення [3, с. 271].

Результат такої дії, може привести підприємство, до наступних різних результатів:

- отримання бажаного прибутку;
- виникнення збитку;
- нульового результату.

Підприємницькі ризики є ймовірністю того, що підприємець зазнає втрат у вигляді додаткових витрат понад передбачені прогнозом, або отримає доходи, нижчі за ті, на які він розраховував при здійсненні будь-якого з альтернативних варіантів рішення.

До найбільш поширених видів підприємницького ризику відносяться [4, с. 16]:

- фінансовий ризик, що виникає при проведенні різного роду фінансових операцій;
- виробничий ризик, пов'язаний із здійсненням виробничої діяльності;
- комерційний ризик, що виникає при реалізації товарів і послуг;
- ринковий ризик, пов'язаний з коливанням ринкових процентних ставок, національної грошової одиниці.

Найбільш поширеним ризиком економічної безпеки підприємства, а так само основною причиною відхилення фактичного розвитку підприємства від передбаченого стратегічним планом є фінансовий ризик. Фінансовий ризик - це непередбачувана загроза економічній безпеці підприємства і стійкості його функціонування. Його суть і значимість, визначається структурою довгострокових джерел фінансування, чим вище частка позикового капіталу, тим вище рівень ризику.

До найбільш важливих сутнісних характеристик фінансового ризику відносяться:

- прямий зв'язок з формуванням прибутку підприємства та виникненням передбачуваних економічних втрат;
- присутність і неминучість необхідності вибору в прийнятті кожного фінансового рішення;
- знаходження в невизначеності наслідків виникнення ризику, до виникнення ситуації, що відбиває досягнення або не досягнення конкретної, поставленої мети [5, с. 13].

Таким чином, особливий вплив фінансових ризиків в організації позначається на формуванні рівня прибутковості і виникненні загрози банкрутства. Звідси, однією з основних завдань, що постають перед системою забезпечення економічної безпеки підприємства стає управління такими ризиками.

Процедура управління фінансовим ризиком складається з наступних етапів:

- 1) формулювання мети дій;
- 2) синтезування критеріїв вибору найкращого варіанту дій з переліку можливих;
- 3) аналіз зовнішнього середовища;
- 4) оцінка розроблюваної системи або операції з метою виділення можливих джерел ризиків;
- 5) аналіз зовнішнього середовища, з метою виділення об'єктів вразливих по відношенню до вражаючих факторів, що виникають при реалізації джерел ризику;
- 6) оцінка частоти прояви джерела ризику для окремих елементів системи;
- 7) розробка прогнозу;
- 8) оцінка фінансових витрат на попередження можливості реалізації ризику;
- 9) оцінка рівня безпеки і достатності вжитих заходів.

Для більш якісної оцінки фінансових ризиків необхідно використовувати комплекс методик, в тому числі використання методики аналізу фінансової звітності, за допомогою якої визначаються ризики втрати фінансової стійкості і втрати платоспроможності. Це дозволяє максимально точно оцінити значимі для конкретного підприємства ризики і на цій основі генерувати адекватні рішення з управління, вирішення і зниження ступеня впливу цих ризиків. А також забезпечити підприємство від можливих складно прогнозованих загроз економічної безпеки.

#### *Список використаних джерел:*

1. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.
2. Васильців Т. Г. Фінансова безпека підприємства: місце в системі економічної безпеки та пріоритети посилення на посткризовому етапі розвитку економіки. *Науковий вісник НЛТУ*. 2011. № 21. С. 132-136.
3. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. *International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and*

Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.

4. Вітлинський В. В. Системне використання об'єктивних і суб'єктивних показників ризику у фінансово-економічній сфері. *Фінанси України*. 2000. № 12. С. 16-24.

5. Ганущак Т. В. Методи управління фінансовою безпекою підприємства / Т. В. Ганущак // *Наука й економіка*. 2012. № 3 (27). С. 13- 17.

**Низюк Є.М.**, студентка  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.**,  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ЗАГРОЗИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В МОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Пріоритетним напрямком у процесі формування та забезпечення інформаційної безпеки будь-якої компанії є збереження в таємниці комерційно важливої інформації, що дозволяє успішно конкурувати на ринку виробництва та збуту товарів і послуг. Це, природно, вимагає конкретних дій, спрямованих на захист інформації з обмеженим доступом. Як свідчить вітчизняна і закордонна преса, кількість злочинів в інформаційній сфері не тільки не зменшується, але й має досить стійку тенденцію до росту.

Зовнішні загрози - це такі загрози, джерела яких знаходяться поза системою. До зовнішніх загроз інформаційної безпеки підприємства можна віднести: а) промислове і економічне шпигунство, шантаж, дезінформацію, атаки на систему захисту з метою крадіжки, знищення, спотворення інформації, підриву нормальної роботи підрозділів; б) відсутність на ринку достатньої кількості сертифікованих засобів захисту інформації; неповноцінність існуючої нормативно-правової бази інформаційної безпеки; в) діяльність недобросовісних партнерів, клієнтів [2, С. 9].

Внутрішні загрози інформаційної безпеки підприємства - це такі загрози, джерела яких розташовуються усередині системи. До внутрішніх загроз інформаційної безпеки підприємства можна віднести: а) застарілі програмно-технічні засоби зберігання і обробки даних; б) недосконалість використовуваної системи захисту інформації; в) використання «піратського» програмного забезпечення; саботаж персоналу; г) низьку кваліфікацію співробітників; д) недостатню пожежну, технічну безпеку приміщень, будівель підприємства.

Система забезпечення інформаційної безпеки організації розглядається як цілий комплекс прийнятих управлінських рішень, спрямованих на виявлення і запобігання зовнішнім та внутрішнім загрозам. Ефективність вжитих заходів ґрунтується на визначенні таких факторів, як ступінь і характер загрози,



аналітична оцінка кризової ситуації і розгляд інших несприятливих моментів, які становлять небезпеку для розвитку підприємства і досягнення поставлених цілей.

Основна мета забезпечення комплексної системи інформаційної безпеки для захисту підприємства - це створення сприятливих умов для нормального функціонування в умовах нестабільного середовища; забезпечення захисту власної безпеки; можливість на законний захист власних інтересів від протиправних дій конкурентів; забезпечення співробітників збереженням життя і здоров'я; запобігання можливостей матеріального і фінансового розкрадання, спотворення, розголошення та витоку конфіденційної інформації, розтрати, виробничих порушень, знищення майна і забезпечення нормальної виробничої діяльності [2, с. 15].

Для того, щоб система забезпечення інформаційної безпеки організації діяла вона повинна ґрунтуватися на наступних принципах:

1) принцип комплексності, тобто при створенні систем захисту інформації повинна бути передбачена можливість виникнення всіх можливих загроз для конкретної організації. Використовувані засоби захисту повинні збігатися з імовірними видами загроз і функціонувати комплексно, доповнюючи один одного технічно;

2) принцип безперервності, тобто робота всіх систем безпеки повинна бути безперервною і цілодобовою;

3) принцип надійності, тобто всі зони безпеки повинні мати однаковий ступінь надійного захисту;

4) принцип ешелонування, тобто забезпечення інформаційної безпеки організації буде здійснюватися в такому порядку, при якому всі зони системи захисту інформації будуть розташовуватися послідовно, а найважливіша з них буде розташовуватися всередині всієї системи;

5) принцип розумної достатності, тобто застосування захисних засобів має бути розумним без спроб створення «абсолютного захисту». Потрібно розуміти, що ефективні системи захисту інформації дуже дорогі, тому до їх вибору необхідно підходити раціонально. Вартість захисної системи не повинна перевищувати розмір можливого збитку і витрат на її обслуговування та функціонування [1, С. 5].

Водночас захист інформації повинен здійснюватися комплексно, відразу по декількох напрямках. Чим більше методів буде задіяно, тим менша ймовірність виникнення загроз і витоку, і тим стійкіше положення компанії на ринку.

Отже, в умовах розвитку неоіндустріальної економіки моніторинг інформаційної безпеки на підприємстві полягає в постійному контролі за джерелами виникнення потенційних загроз (антропогенні, технологічні та стихійні джерела) та необхідності здійснювати захист інформації різними способами (захист програм від читання та копіювання, захист авторських прав на інформацію, захист від несанкціонованого доступу і запуску програм, самотестування).

#### **Список використаних джерел:**

1. Литвиненко О. Інформація і безпека. *Нова політика*. 1998. № 1. С. 47–49.

2. Горбатюк О.М. Сучасний стан та проблеми інформаційної безпеки України на рубежі століть. *Вісник Київського університету імені Т. Шевченка*. 1999. Вип. 14. С. 46–48.
3. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. *International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings*. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
4. Сороківська О.А. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи. *Вісник Хмельницького національного університету* 2010. № 2. Т. 2. С. 32–35.
5. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП ІванЯчюк, 2013. 273 с.
6. Крюков О.І. Інформаційна безпека держави в умовах глобалізації. *Державне будівництво*. 2007. № 2. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2007\\_2\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_12).

**Пархомчук Ю.А.**, студент  
**Шостак Л.В.**, к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективність та стабільність економічної системи національної економіки значною мірою залежать від рівня фінансово-економічної безпеки підприємств. Водночас рівень фінансово-економічної безпеки підприємств перебуває під постійним впливом як внутрішніх, так і зовнішніх загроз, серед яких, передусім, необхідно виділити економічну нестабільність у державі. Наслідки таких проявів суттєво відбиваються на показниках фінансового стану підприємств, що, в свою чергу, призводить до зниження рівня їх фінансово-економічної безпеки. Виходячи з цього, зростає актуальність здійснення управління фінансово-економічною безпекою підприємств в умовах економічної нестабільності. Наслідки такого управління позитивно відобразяться не тільки на рівні фінансово-економічної безпеки підприємств, а й на строках стабілізації економіки.

Важливість забезпечення та підтримки фінансово-економічної безпеки підприємства на максимально можливому рівні не піддається сумніву. Проте досягти цього можна, лише системно підійшовши до цього питання. По-перше, діяльність з управління фінансово-економічною безпекою підприємства має здійснюватися постійно та безперервно. По-друге, процес управління має базуватися на складній та багатоступінчастій системі забезпечення управління фінансовою безпекою підприємства. Саме тому успішність і ефективність процесу забезпечення управління фінансово-економічною безпекою підприємства значною мірою залежать від досконалості та злагодженості взаємодії елементів покладеної в його основу системи. В свою чергу, лише ретельне вивчення науково-теоретичних засад побудови такої системи та використання цих знань при практичній розробці останньої може забезпечити її досконалисть та ефективність.

Сучасна економічна система несе безліч загроз та небезпек економічній безпеці як економіки України, так і окремим підприємствам зокрема. Причому, не варто ліквідувати відкритість економіки, а варто зосередити окрему частину

фінансових ресурсів назбереженні технологій, інтелектуальних таємниць тощо.

На діяльність будь-якого підприємства завжди впливають фактори як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ, причому окремі з них можуть нести певні загрози його діяльності або мати незадовільний вплив. В науковій літературі можна зустріти значну кількість визначення категорії «загроза».

Причини виникнення загроз економічній безпеці підприємства зумовлені як чинниками макрорівня, які створюють негативний вплив на значну кількість суб'єктів господарювання, так і чинниками мікрорівня, тобто маються на увазі неефективне управління підприємством та некоректність прийнятих управлінських рішень самим керівництвом. Щодо загроз зовнішнього середовища, то це в першу чергу розробка та впровадження певних реформ, відсутність інноваційно-інвестиційної політики в державі тощо.

**Polishchuk V.G.**, Ph.D., Associate Professor

Lutsk National Technical University,

Lutsk, Ukraine

**Kulchitska O.V.**, student

Lutsk National Technical University,

Lutsk, Ukraine

## **FEATURES OF ENSURING FINANCIAL SECURITY OF ENTERPRISES WORKING IN AGROBUSINESS**

The current stage of development of the Ukrainian economy is extremely unstable. The environment in which enterprises operate is constantly changing, therefore, the role of effective management of financial and economic activities of the enterprise is growing. For agricultural enterprises, additional threats are the imbalance of expenditures and revenues during the year, dependence on external sources and loss of financial stability [1].

The economic security of an agricultural enterprise - this is the state of its economic resources, provides a rational sectoral organizational structure of the enterprise, taking into account the geographical position and natural and climatic conditions of its activity, in which it is able to effectively counter possible threats to the internal and external environment, as well as achieve its goals and objectives based on the implementation of his development strategy. Given the above, two approaches to the concept of economic security of an agricultural enterprise can be distinguished. In a narrow sense, the economic security of an agricultural enterprise is its ability to function successfully using the specified resource parameters necessary to ensure the chosen production specialization. In a broad sense - the ability to combine the processes of functioning and development, using the existing set of resources, while receiving a new quality and achieving a high level of competitiveness. Thus, it is possible to determine the goal of economic security of agricultural enterprises, which is to ensure a stable financial position of the enterprise on the market today in the conditions of the most efficient use of resources and the development of its potential in the future. Now economic security characterizes the ability of an agricultural enterprise to function

stably, providing a stable financial condition under the negative influence of internal and external destabilizing factors, as well as the correspondence of its resource potential and organizational and managerial structure to the goals of the enterprise. Economic security is the guarantor of the reliability of the enterprise as a business partner in the agricultural market [4].

The main dominant ensuring financial security of enterprises is the ability to counter the existing and possible risks, threats and the effects of adverse factors of internal and external nature. Among the main risks that are formed in the external environment of domestic agricultural enterprises are the following: low solvent demand of the population, imperfect regulatory framework, growing competition from foreign producers, the existing disparity in price relations between various sectors of the agricultural industry, low level of financial support from the state, the development of inflationary processes, limits credit relations. Internal threats that significantly reduce the financial security of enterprises are: limited financial capabilities of most business entities, inorganic capital structure, underutilization of production capacities, depreciation of the material and technical base, low level of use of intangible assets, lack of strategic financial planning, lack of qualified personnel in financial management [3].

The economic essence of the financial security of agricultural enterprises is expressed in the formation of a financial protection system that will ensure stability to the effects of natural and economic risks, an adequate level of creditworthiness and investment attractiveness, as well as a positive return on invested capital. The key to this should be ensuring the optimal level of production, satisfying the needs of the population and the processing industry, ensuring the development of rural areas based on the growth of rural incomes and creating normal living conditions, ensuring, preserving and enhancing the natural potential as the basis of agricultural production.

An effective element in ensuring the financial stability of an agricultural enterprise should be the formation of a financial strategy. The main objectives of the financial strategy are: to determine how to conduct a successful financial strategy and use financial opportunities; identification of promising financial relationships with business entities, the budget, banks and other financial institutions; long-term financial support for operational and investment activities; the study of the economic and financial opportunities of potential competitors, the development and implementation of measures to ensure financial stability; development of ways out of a crisis state and management methods in a crisis state of enterprises [2, c. 55].

In a detailed form, the financial security of agricultural enterprises can be represented as: the state of the effective use of financial resources, expressed in positive values of indicators of profitability, quality of management, capital productivity and asset turnover, financial interests; ensuring the optimal capital structure; maintaining the market value of securities; growth in dividend pay rates; the availability of prospects for economic development.

Strengthening the financial potential of agricultural enterprises should be based on certain strategic guidelines inherent in each business entity. Their arsenal must meet the existing requirements and goals of the enterprise. We consider it appropriate

agricultural enterprises to make managerial decisions based on the matrix of strategic guidelines for strengthening financial potential, which should be calculated according to the enterprise. Based on certain strategic guidelines, we believe that the main indicators that indicate strengthening of financial potential should be: indicators of financial security (solvency, financing, profitability and profit growth ratios), indicators of financial independence (ratios of financial independence (autonomy), indicators of financial dependence (multiplier of personal capital), concentration of loan capital, financial risk, long-term debt and interest coverage (p financial expenses coverage)) and indicators of financial stability (concentration ratios of equity and borrowed capital, ratio of borrowed and equity capital and security ratio for loans).

**Список використаних джерел:**

1. Кондрацька Н.М. Фінансова безпека сільськогосподарського підприємства: оцінка та шляхи її підвищення (на прикладі ПП “Радів-Агро”) / Кондрацька Н.М., Погоріла Г.В. // Вісник НУВГП. – Серія “Економічні науки”. – 2017. – Випуск 2 (78). – С. 143-1552.

2. Танклевська Н.С. Стратегічні орієнтири посилення фінансового потенціалу аграрних підприємств / Танклевська Н.С., Мірошніченко В.О. // Фінансовий простір. – 2017. – №2 (26). – С. 53-58.

3. Терещенко М.А. Економічна сутність фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств / Терещенко М.А. // Молодий вчений. – 2017. – №1.1 (41.1). – С. 83-86.

4. Ткачук Г.Ю. Сучасні тенденції розвитку сільського господарства в контексті забезпечення його економічної безпеки / Ткачук Г.Ю. // Вісник ЖДТУ. – Серія “Економіка, управління та адміністрування”. – 2019. – №1 (87). – С. 42-47.

**Попруга Я.О., магістр.**

**Науковий керівник: Апальков С.С.,**

ст. викл., Київський університет ринкових відносин, м. Київ, Україна

**ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ  
НА РИНКУ ФІНАНСОВОГО ЛІЗИНГУ**

Лізинг є альтернативним методом фінансування витрат на оновлення матеріальної бази і модифікацію виробництва. З економічного погляду, лізинг схожий з кредитом, що надається під основні засоби, маючи водночас значні переваги проти банківського кредитування, проте, у зв'язку із відсутністю у виробників достатньої інформації, він не є поширеним [3, с. 31].

В умовах ринкових відносин лізинг дає можливість вижити малим, середнім і великим підприємствам. Підприємству-виробнику лізинг вигідний тим, що за його допомогою підтримується тісний зв'язок між виробниками і споживачами техніки. Вся інформація про недоліки використовуваного устаткування надходить до підприємства-виробника, яке усуває їх, підвищуючи конкурентноспроможність своєї продукції та розширюючи можливості її збуту. Збуваючи продукцію за лізингом, виробник вирішує проблему отримання плати за неї, що зміцнює його фінансове становище. Лізингові фірми від проведення лізингових операцій отримують досить високий прибуток. Крім того, якщо лізингодавцем виступає банк, то він також має свої вигоди:

– розширюється коло банківських операцій, росте число клієнтів і відповідно збільшуються отримувані доходи;

– знижується ризик втрат від неплатоспроможності клієнтів. При здійсненні лізингових операцій банк (або його дочірня лізингова компанія) залишається власником майна, що передано в оренду, і, якщо порушуються умови угоди, може вимагати повернення майна. Дана обставина забезпечує можливість проведення лізингових операцій з клієнтами, у яких нестійке фінансове становище (малі підприємства, фермерські господарства, кооперативи, особи, що займаються індивідуальною трудовою діяльністю і т. ін.);

– банк має право нараховувати на майно, що передається в оренду, амортизаційні відрахування, які не підлягають оподаткуванню і можуть бути джерелом засобів для придбання нового майна;

– банк отримує доходи у вигляді комісійних за лізингом [1, с. 19-20].

Величина лізингових платежів може бути вища, ніж процентна ставка за кредитами. Але в умовах економічної кризи, коли практично відсутнє середнє та довгострокове кредитування, лізинг може бути успішно використаний для вирішення питань капіталовкладень. Дане положення виправдовується також наданням клієнтові, крім позики, машин і устаткування, а також іншого майна, що особливо актуально в умовах існуючого в Україні великого морального і фізичного зносу практично всіх основних фондів [2, с. 11].

Як бачимо, лізингові операції мають великі переваги. Традиційне уявлення про лізинг як примітивну довгострокову оренду майна безнадійно застаріло. В той же час слід відмітити недоліки, що притаманні лізингу:

1) кількість учасників лізингової угоди більша, ніж при купівлі майна за рахунок позики, тому операції відрізняються досить складною організацією;

2) на підготовку фінансової лізингової угоди може знадобитися більше часу, ніж на підготовку контракту на купівлю; вищі можуть бути і адміністративні витрати, тому вважається, що ціна лізингу може бути нижчою або дорівнювати ціні позики тільки за наявності певних податкових пільг.

В цілому, лізинговий бізнес в Україні перебуває все ще на стадії зародження. Розвиток лізингу в Україні передусім залежить також від гарантій, що зменшують фінансові ризики, яких можуть зазнати учасники лізингових операцій. На користь лізингу свідчать його значні переваги порівняно з іншими формами бізнесу, пов'язаними з набуттям майна та майнових прав.

Банки України дотримуються таких принципів у формуванні стратегії і тактики проведення лізингових операцій [3, с. 33]:

– банки розширюють спектр послуг для клієнтів, стає більш привабливим для них;

– знижується ризик втрат у зв'язку з неплатоспроможністю лізингоодержувача, оскільки право власності на предмет лізингу залишається у самого банку;

– розширюється та стає більш різноманітним та більш стабільним кредитний портфель банку;

– отримання доходів у вигляді процентів та комісії по лізингу;

- страхові компанії, створені при банках, мають постійного клієнта;
- гнучкий характер по відношенню до графіку лізингових платежів дозволить дотримуватись інтересів як лізингоодержувача, так і лізингодавця.

Для вдосконалення механізму лізингового кредитування в Україні, банкам треба врахувати закордонний досвід здійснення лізингових операцій, покращати умови ведення бізнесу і запроваджувати фінансування лізингових контрактів та погашення заборгованості за допомогою різноманітних схем. Фінансування лізингових контрактів та погашення заборгованості за допомогою різноманітних схем дозволяє банкам та їх клієнтам використовувати свої ресурси у формі основного капіталу достатньо ефективним способом [2, с. 13].

Ринкові умови господарювання зумовлюють до постійного розвитку технологічної бази виробництва, що в свою чергу потребує наявності значних інвестиційних ресурсів для її оновлення. Сучасний етап господарювання для переважної більшості його суб'єктів характеризується різким спадом або цілковитим припиненням інвестування виробництва за рахунок власних коштів, що визначає актуальність подальшого розвитку ринку фінансових послуг, як однієї з передумов ефективного функціонування усіх сфер економіки держави. У контексті соціально-економічних реалій сьогодення, необхідність виявлення проблем функціонування ринку лізингових послуг та визначення шляхів розвитку й активізації ролі ринку лізингових послуг набуває виняткового значення [4, с. 33].

Удосконалення потребує оцінка ризиків кредитоспроможності суб'єктів (лізингоодержувачів) лізингових угод. Розробка універсальних методик не є доцільною, оскільки ускладнює процес аналізу для окремих типів клієнтів та угод, що може привести до втрати частини клієнтів банку.

*Список використаних джерел:*

1. Аванесова І.А., Павленко К.М. Аналіз сучасних аспектів надання лізингових послуг. Молодий вчений. 2016. № 12 (39). С. 18-23.
2. Завора Т.М. Проблеми та перспективи розвитку ринку лізингових послуг в Україні. Економіка і регіон. 2015. №3 (52). С. 8-14.
3. Кухленко О.В. Ефективність використання лізингу в інвестиційній діяльності. Вісник КНУТД. 2015. №6 (93). С. 30-34.
4. Сова О.Ю. Теорія і практика використання лізингу на ринку фінансових послуг України. Стан та умови розвитку економіки в Україні: теорія, методологія, практика: колективна монографія [під ред. Непочатенко О.О.]. Ужгородський національний університет: «Сочінський М.М.», 2018, 264 с. С. 25-35.

**Прокопюк В.О.**, магістр.

**Науковий керівник: Апальков С.С.**

ст. викл., Київський університет ринкових відносин, м. Київ, Україна

**ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ**

Державне регулювання та стимулювання інвестиційної діяльності в банківській сфері – одне із важливих завдань державної економічної політики,

котре має здійснюватися системно задля підвищення рівня національної економіки і посилення її конкурентоспроможності. Необхідність реалізації активної державної інвестиційної політики пояснюється потребою подолання проблем ринкового саморегулювання та виконання економічних функцій держави.

Регулювання державою інвестиційної діяльності банків покликане встановити передумови ефективної діяльності банків, яка направлена на отримання прибутків з одночасним захистом інтересів вкладників банків. До основних суб'єктів державного регулювання банківської інвестиційної діяльності належать: Міністерство фінансів України, Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Державна податкова служба тощо.

На сьогодні у державі практично відсутні механізми, які б чітко регулювали спільну діяльність банків та держави у сфері інвестування, а також розподіл між державою та банками ризиків при довгострокових інвестиціях. З метою активізації інвестиційної діяльності банків державі необхідно:

по перше, забезпечити можливість накопичення банками необхідних для інвестування коштів;

по друге, розділити з банками ризик інвестиційної діяльності, зумовлений економічним становищем країни;

по третє, сприяти підвищенню прибутковості інвестиційної діяльності [4, с. 343].

До основних інструментів державного регулювання інвестиційної діяльності банків можна віднести [1, с. 20]:

- нормативно-правову базу;
- податкову політику;
- іноземні інвестиції;
- грошово-кредитну політику;
- державні гарантії тощо.

Необхідно зазначити, що не існує вичерпного переліку інструментів державного регулювання інвестиційної діяльності банків, це закріплено на законодавчому рівні.

Вагомим інструментом державного регулювання банківської інвестиційної діяльності є нормативно-правова база, розвиток якої сприяє підвищенню ефективності всіх сфер економіки. Виконання місії нормативно-правової бази в системі державного регулювання інвестиційної діяльності банків реалізується через виконання таких цілей:

– забезпечення сталого розвитку банківської системи і встановлення превентивних заходів задля попередження системних криз;

– обмеження монопольного контролю на ринку фінансових ресурсів; забезпечення конкурентоспроможності банків;

– активне стимулювання інвестиційної діяльності банків.

Головним завданням розвитку нормативно-правової бази є актуалізація умов діяльності банків до умов економічного розвитку. Особливо це стосується



розширення переліку цінних паперів, що можуть використовувати в своїй діяльності банки.

Податкова політика також є важливим інструментом регулювання інвестиційної діяльності банків. Якщо держава прагне залучити банки до інвестиційної діяльності, то вона повинна дбати про збереження задовільного рівня дохідності банків. Саме тому використання ставки оподаткування доходів, що отримані від інвестиційної діяльності, на загальних умовах не заохочує банки віддавати перевагу інвестуванню. Тому можливо запровадити пільги щодо оподаткування доходів від інвестиційних операцій банків. Зменшення податкового навантаження сприятиме підвищенню інвестиційної діяльності банків через зростання дохідності банків, зокрема від здійснення інвестиційного кредитування [2, с. 80].

Щодо залучення іноземного капіталу, то на сьогоднішній день іноземні інвестори здійснюють інвестиції в українську економіку через два канали:

- інвестиційні фонди, які представлені на українському ринку;
- професійних учасників фондового ринку України (і банків у тому числі банків), які формують торгують цінними паперами, що є об'єктом інтересів іноземних інвесторів.

Оскільки професійні учасники фондового ринку України функціонують краще у вітчизняному фондовому ринку, другий канал іноземних інвестицій використовується частіше [3, с. 200].

Відповідно до чинного законодавства, НБУ, здійснюючи грошово-кредитне регулювання, впливає емітовані кошти в економіку та регулює рівень вже випущених коштів через банки другого, що суттєво впливає на ділову активність суб'єктів економіки. Так, НБУ в процесі здійснення грошово-кредитної політики здійснює операції з цінними паперами на відкритому ринку, стимулює їх придбання юридичними та фізичними особами, цим зменшуючи кількість вільних грошей, що можуть бути використанні для інвестицій через банківську систему. Викупуюючи державні цінні папери, НБУ впливає додаткові ресурси, які через банківську систему використовуються для інвестування [30].

До інших напрямів державного регулювання інвестиційної діяльності банків через грошово-кредитну політику можна віднести: встановлення економічних нормативів до діяльності банків, а саме – нормативів інвестування; формування обов'язкових резервів на відшкодування збитків через зменшення корисності цінних паперів.

Важливим інструментом державного регулювання банківської інвестиційної діяльності є державні гарантії. Однією з основних обставин, які визначають активність інвестиційної діяльності, є обсяг його власного капіталу. Це пояснюється тим, що власний капітал виконує страхову функцію на випадок збитків від діяльності. Тому держава повинна забезпечити достатній обсяг власного капіталу банків та часткове нівелювання ризиків, що пов'язані з банківським інвестуванням [5, с. 24].

Основою стратегії фінансово стійкого, надійного банку повинна бути концепція достатності капіталу, що враховує ризик, пов'язаний з банківською

діяльністю, і забезпечує високу прибутковість по акціях. Базуючись на такій концепції фінансового менеджменту, як «компроміс між ризиком і прибутковістю», сьогодні набуває поширення управління ризиками, спрямоване на досягнення оптимального співвідношення ризику та прибутковості при здійсненні банківських операцій [6, с. 121].

Нині існує об'єктивна необхідність розроблення та реалізації Програми сприяння розвитку інвестиційної діяльності банків, яка б визначала пріоритетні напрями діяльності банків у сфері інвестиційного бізнесу, а також економічні, організаційні і правові засади та заходи щодо стимулювання участі банків у сфері фінансування інвестиційних проектів, спрямованих на економічне зростання та забезпечення підприємств довгостроковими фінансовими ресурсами для реалізації інвестиційних цілей.

*Список використаних джерел:*

1. Боровкова М. Інвестиційна діяльність і капіталізація комерційних банків у період дестабілізації економіки України. Вісник КНТЕУ. 2018. №4. С. 18-24.
2. Деревко О. Шляхи підвищення рівня капіталізації банківського сектору. Банківська справа. 2016. № 6. С. 76-83.
3. Другов О.О., Орловський О.С. Активізація інвестиційної діяльності банківської системи в умовах росту в ній участі іноземних інвесторів. Національна економіка. 2017. № 2. С. 198-203.
4. Колодізев О.М., Власенко Н.М. Кредитно-інвестиційна діяльність банків України: сучасний стан і перспективи розвитку. Бізнес інформ. 2013. № 11. С. 342-347.
5. Крилова О.В. Особливості грошово-кредитної політики Національного банку України. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 23. С. 23-26.
6. Сова О.Ю. Напрями вдосконалення управління кредитними ризиками комерційних банків. Чернігівський науковий часопис Чернігівського державного інституту економіки і управління. Сер. 1 : Економіка і управління. 2012. № 1. С. 120-126.

**Романюк А.С.**, студентка  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.**,  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ЗОВНІШНІ ТА ВНУТРІШНІ ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Забезпечуючи безпеку підприємств, поліпшується їхня діяльність, а це, в свою чергу, позитивно впливає на безпеку і стан економіки країни. Тема економічної безпеки підприємств актуальна, так як впливає не тільки на розвиток самих підприємств, а й на розвиток держави й добробут його населення.

Економічна безпека підприємства - стан захищеності життєво-важливих інтересів від зовнішніх або внутрішніх загроз, здатність зберігати стабільне функціонування і розвиток підприємства відповідно до його статутних цілей [1, с.168].

Зовнішні загрози економічній безпеці підприємства складаються за межами підприємства. Вони не пов'язані з його виробничою діяльністю. Як правило, це така зміна навколишнього середовища, яка здатна завдати підприємству збитків. До зовнішніх загроз економічній безпеці підприємства відносять [2, с. 51]:

- макроекономічні кризи;
- недобросовісна конкуренція;
- промислово-економічне шпигунство і несанкціонований доступ конкурентів до секретної інформації, що становить комерційну таємницю;
- кардинальна зміна політичної ситуації;
- зміна законодавства, що впливає на умови господарської діяльності;
- протиправні дії кримінальних структур;
- надзвичайні ситуації природного і технічного характеру і т.д.

Внутрішні загрози економічній безпеці підприємства пов'язані з господарською діяльністю підприємства і його персоналу. Вони обумовлені процесами, які виникають в ході виробництва і реалізації продукції. Зазначені загрози здатні зробити помітний вплив на результати ведення господарської діяльності. До внутрішніх загроз економічній безпеці підприємства відносять [3, 149]:

- виробничі недоліки і порушення технології;
- порушення режиму збереження конфіденційної інформації;
- підлив ділового іміджу та репутації в бізнес - співтоваристві;
- конфлікти з конкурентами і контролюючими правоохоронними органами;
- помітні упущення в тактичному і стратегічному плануванні, пов'язані з вибором мети, невірною оцінкою можливостей підприємства, помилками при прогнозуванні зміни зовнішнього середовища;
- кримінальні дії власного персоналу (від злочинства до продажу конкурентам комерційної інформації і т.д.).

Для запобігання даних загроз та вирішення проблем, викликаних ними, необхідна [4, с. 199]:

- 1) зміна та поліпшення вітчизняного законодавства. Наприклад, спрощення процедури реєстрації підприємництва;
- 2) державне фінансування і пільги для підтримки розвитку малого та середнього підприємництва;
- 3) збільшення якості кадрового складу на підприємствах. Наприклад, навчання персоналу і сувора підготовка кадрів при прийомі на роботу;
- 4) модернізація підприємств: введення в експлуатацію новіших моделей обладнань та інших технічних засобів.

Регулювання діяльності підприємств та розробка програм по їх підтримці, сприяє сприятливому впливу на економічну безпеку держави. Наприклад, введенням екологічно безпечних технологій у виробництво скорочується

витрачання та нанесення шкоди природним ресурсам [5, с.270]. А поліпшення законодавства допоможе збільшити кількість підприємств, які вийшли з тіні і кількість знову зареєстрованих, що підвищить надходження податкових доходів до бюджету [66, с.438].

З вищесказаного слід зазначити, що економічна безпека підприємств безпосередньо впливає на економічну безпеку країни - стан захищеності національної економіки від зовнішніх і внутрішніх загроз, при якому забезпечуються економічний суверенітет країни, єдність її економічного простору, умови для реалізації стратегічних національних пріоритетів України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гордієнко Н.І., Гордієнко Т.В., Азарова Т.В. Вартісно-орієнтований підхід до діагностики рівня економічної безпеки підприємства на основі моделі EVA. Економіка та суспільство. 2019. № 20. С. 168–172. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-20-1/27-stati-20/2606-gordienko-ni-gordienko-t-v-azarova-t-v>.
2. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.
3. Судакова І. О. Організація управління економічною безпекою підприємства. Економічний простір. 2014. №10. С. 148-156.
4. Маслак О. І. Гришко Н.Є. Управління економічною безпекою підприємства на принципах забезпечення її раціонального рівня. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. №1. С. 198-208.
5. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
6. Олексюк, Т. В. Стратегія управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування: теоретичний аспект. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 7. С. 438–442.

**Семенюк М. А.**, студентка  
**Науковий керівник: Борисюк О.В.**,  
к.е.н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університетім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **МЕТА ТА РІВНІ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ СКЛАДОВОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В економічній діяльності захист інформації дає можливість отримувати високі доходи, укладати вигідні контракти з контрагентами, істотно підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства, в тому числі дозволяє значно підвищити ефективність діяльності організації в цілому. У зв'язку з цим інформаційна безпека є невід'ємним елементом системи економічної безпеки. Ризики інформаційної безпеки становлять велику загрозу для нормальної діяльності багатьох підприємств і установ. У зв'язку з цим підвищення інформаційної безпеки стає однією з актуальних проблем економічної системи будь-якого рівня.

Будь-який підприємець прагне зменшити ризики, які виникають під час його діяльності, забезпечуючи її економічну безпеку. Під економічною безпекою підприємства слід розуміти стан ефективного використання його ресурсів і існуючих ринкових можливостей, що дозволяє запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам і забезпечує його тривале виживання, і сталий розвиток на ринку відповідно до обраної місії.

Всі підприємці прагнуть забезпечити, з одного боку, доступність інформації, а з іншого - зробити її конфіденційною. Конфіденційна інформація викликає підвищений інтерес у конкуруючих компаній: інформація про менеджерах компанії, їх статус, про діяльність фірми та інші відомості [1, с. 36]. Витік конфіденційної інформації може впливати і на фінансовий стан підприємства. Тому підприємства прагнуть забезпечити захист своєї інформації, як однієї зі складових економічної безпеки. Інформаційна безпека - це забезпечення захисту даних від розкрадань або змін як випадкового, так і навмисного характеру [2].

Мета інформаційної безпеки як складової економічної безпеки підприємства - виявити можливі загрози безпеки інформації, визначити їх наслідки та можливі збитки, забезпечити необхідні заходи і засоби захисту та оцінити їх ефективність. А метою захисту інформації є мінімізації збитку внаслідок настання подій, які порушили вимоги цілісності, конфіденційності та доступності інформації [3, с.49].

Одним з найважливіших напрямків по забезпеченню інформаційної безпеки підприємства є виявлення, оцінка і запобігання загрозам інформаційних систем і інформаційних ресурсів. Вказані загрози можна умовно розділити на чотири основні групи:

- програмні - впровадження "вірусів", апаратних і програмних закладок; знищення і модифікація даних в інформаційних системах [4, с.48];
- технічні, в т.ч. радіоелектронні, - перехоплення інформації в лініях зв'язку; радіоелектронне придушення сигналу в лініях зв'язку і системах управління;
- фізичні - знищення засобів обробки і носіїв інформації [5, с.271];
- режимні - порушення регламентів інформаційного обміну; незаконні збір і використання інформації; несанкціонований доступ до інформаційних ресурсів; незаконне копіювання даних в інформаційних системах; розкрадання носіїв, а також апаратних або програмних паролівних ключів; дезінформація, приховування або спотворення інформації; розкрадання інформації з баз даних [6, с.32].

Управління інформаційною безпекою підприємства можна розділити на три рівні: стратегічний, тактичний, оперативний. На стратегічному рівні визначається і основні напрямки діяльності організації, так само заходи щодо забезпечення інформаційної безпеки [7, с.30]. Даний рівень характеризується забезпеченням інтересів організації в майбутньому в області інформаційної безпеки.

Тактичний рівень характеризується плануванням і забезпеченням виконання запланованих заходів щодо захисту інформаційної безпеки. На цьому рівні йде розробка регламентів, інструкцій і правил, так само проводиться аналіз.

На третьому заключному рівні управління інформаційною безпекою підприємства вже реалізуються на практиці заплановані заходи, йде усунення інформаційних загроз підприємства, які вже виникли [8].

У зв'язку з розвитком і ускладненням техніки велике значення відіграє людський фактор, який в даний час потрібно у всіх сферах життя суспільства. Проте, працівник організації є одним з потенційно можливих джерел виток конфіденційної інформації. Внаслідок чого підприємства зазнає фінансових втрат.

Таким чином, необхідно сказати, що для протидії загрозам конфіденційної інформації організація повинна розробити заходи і процедури щодо запобігання загрозам інформаційної безпеки та мінімізації фінансових і інших збитків у випадку настання таких ситуацій. Так само інформаційна безпека має на увазі контроль подій, які впливають на безпеку даних.

#### *Список використаних джерел:*

1. Бурячок В.Л. Інформаційний та кіберпростори: проблеми безпеки, методи та засоби боротьби: Підручник / В.Л. Бурячок, Г.М Гулак, В.Б. Толубко. К. : ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2015. 449 с.
2. Top 10 Global Business Risks for 2016: [Електронний ресурс]. URL: <http://www.agcs.allianz.com/assets/PDFs/Reports/AllianzRiskBarometer2016.pdf>.
3. Литвиненко О. Інформація і безпека. Нова політика. 1998. № 1. С. 47–49.
4. Горбатюк О.М. Сучасний стан та проблеми інформаційної безпеки України на рубежі століть. Вісник Київського університету імені Т. Шевченка. 1999. Вип. 14. С. 46–48.
5. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
6. Сороківська О.А. Інформаційна безпека підприємства: нові загрози та перспективи. Вісник Хмельницького національного університету 2010. № 2. Т. 2. С. 32–35.
7. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.
8. Крюков О.І. Інформаційна безпека держави в умовах глобалізації. Державне будівництво. 2007. № 2. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2007\\_2\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_12).

**Слободянюк О. В.**, д.е.н., професор  
Одеського торговельно-економічного інституту  
Київського національного  
торговельно-економічного університету,  
м. Одеса, Україна

### **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА, ОБ'ЄКТИ, СУБ'ЄКТИ**

В умовах планової економіки, коли більшість підприємств базувалося на державній формі власності, держава твердими централізованими адміністративними мірами в основному регулювала економічні процеси. Підприємствам не було необхідності приділяти настільки пильну увагу забезпеченню своєї економічної безпеки. [1].

Існує велика кількість визначень «економічної безпеки підприємств».

Економічна безпека підприємства — це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання погроз і для забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому [1].

Економічна безпека підприємства — це такий стан даного господарського суб'єкта, при якому життєво важливі компоненти структури і діяльності підприємства характеризуються високим ступенем захищеності від небажаних змін [2].

Економічна безпека фірми (підприємства, організації) — це такий стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування та розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам [2].

Економічна безпека підприємства - це стан захищеності життєвом важливих інтересів підприємства від внутрішніх і зовнішніх погроз (джерел небезпеки), формований адміністрацією і колективом підприємства шляхом реалізації системи мір правового, економічного, організаційного, інженерно-технічного і соціально-психологічного характеру [2].

Економісти виділяють систему економічної безпеки підприємства, метою якої є своєчасне виявлення і запобігання як зовнішнім, так і внутрішнім небезпекам і погрозам, забезпечення захищеності діяльності підприємства і досягнення цілей бізнесу.

Для забезпечення безпеки в систему економічної безпеки повинні увійти: об'єкт безпеки; суб'єкти безпеки; механізм забезпечення безпеки; комплекс практичних дій по забезпеченню безпеки.

Об'єкт — це те, на що спрямовано дії суб'єкта по забезпеченню його безпеки. В даний час в економічній літературі немає чіткості в розумінні й однозначному трактуванні об'єктів економічної безпеки. Об'єктами безпеки на різних ієрархічних рівнях виступають: економічна система держави, галузь народного господарства, економіка регіону, чи фірма підприємство будь-якої організаційно-правової форми, домашнє господарство, особистість.

Суб'єкти безпеки - ті організації, державні інститути, служби, окремі особистості (оперативні працівники, співробітники служб безпеки і т.п.), що забезпечують безпеку об'єкта на основі практичних дій, приведенні в дію механізму забезпечення безпеки й організації практичних дій. [3].

З'ясування причинно-наслідкових зв'язків, послідовності протікання подій по забезпеченню економічної безпеки, впливу різних факторів на ці події дають можливість визначити концептуальну модель — механізм забезпечення економічної безпеки. Він являє собою теоретичне обґрунтування послідовності подій, що відбуваються, по забезпеченню економічної безпеки. Це свого роду умовний образ, схема динаміки забезпечення економічної безпеки, що включає декілька логічно послідовних ланок.

Під факторами реалізації можливостей по забезпеченню економічної безпеки розуміють такі причинно-наслідкові зв'язки, що існують у системі забезпечення безпеки, що виступають рушійними силами, спонукальними мотивами перетворення можливості в дійсність і максимізації зусиль у використанні внутрішніх резервів.

Основою організації, планування і здійснення практичних дій усієї системи забезпечення економічної безпеки є аналіз концепції загрози, оцінка характеру реальних і потенційних внутрішніх і зовнішніх небезпек і загроз, кризових ситуацій, а також інших несприятливих факторів. Система реальних і потенційних загроз не є постійною, і такі загрози можуть з'являтися і зникати, наростати і зменшуватися, при цьому буде змінюватися і їхню значимість для економічної безпеки.

Усі фахівці розділяють точку зору, про те, що система безпеки підприємства повинна будуватися на визначених принципах:

1) комплексність, чи системність; 2) пріоритет мір попередження; 3) безперервність; 4) законність; 5) плановість; 6) ощадливість; 7) взаємодія; 8) сполучення гласності і конфіденційності; 9) компетентність.

Традиційно система безпеки підприємства містить у собі ряд наступних підсистем: економічна безпека; техногенна безпека; екологічна безпека; інформаційна безпека; пожежна безпека.

Для управління економічною безпекою підприємства виділяють такі основні періоди: повсякденний, загрозливий і кризовий.

Повсякденно здійснюються контроль безпеки на підвідомчих об'єктах і територіях, гасіння несприятливих тенденцій і т.д. [4].

Стратегічна (макроекономічна) складова економічної безпеки — збір і аналіз стратегічної інформації про глобальні процеси в економіці, політику, технології і т.д., що можуть зробити який-небудь вплив (позитивне чи негативне) на розвиток підприємства. Ціль стратегічного рівня ухвалення рішення (відкриття нового виробництва, упровадження на ринок нового товару чи послуги і т.п.) полягає у визначенні напрямку подальшого розвитку підприємства. Ці рішення визначають потребу зорієнтуватися на ринку і проаналізувати перспективи його розвитку, тобто розглянути ще не заповнені конкурентами ринкові ніші.

Оперативно-тактична складова економічної безпеки — збір і аналіз оперативно-тактичної інформації для прийняття керівництвом обґрунтованих рішень по поточним проблемах підприємства. Ціль оперативно-тактичного рівня ухвалення рішення (будівництво чи придбання будинку під новий цех, навчання персоналу для випуску нової продукції чи надання нової послуги), знаючи напрямок подальшого розвитку, — вибрати оптимальний шлях його досягнення і мінімізувати витрати руху цим шляхом [5].

Результатом забезпечення економічної безпеки підприємства є стабільність його функціонування, прибутковість, особиста безпека персоналу.

Для кожного підприємства використовується відповідний комплекс мір, що адекватно відповідає як його внутрішній, так і зовнішній обстановці. Перехід до ринкових відносин зажадав від фахівців з безпеки здатності орієнтуватися в таких



нових областях діяльності, як організація захисту комерційної таємниці і персоналу підприємства.

Забезпечення збереження комерційної таємниці (зведень) - це не тільки правова, організаційна, але і психологічна задача. Приступаючи до конкретної роботи, важливо зрозуміти її цінність, необхідність.

В основі прояву таємниці - професійної, державної, комерційної - лежить недовіра між суб'єктами діяльності. І чим більше ступінь недовіри, тим більше таємниць, які можуть використовуватись як засіб оборони чи нападу, одержання вигод.

Ринкове виробництво містить у собі економічну волю і конкуренцію. Щоб запрацював механізм товарно-ринкового саморегулювання, необхідна величезна кількість товаровиробників, що будуть мати і реалізовувати на практиці свої економічні інтереси. [5].

Таким чином, в основі конкурентних відносин, боротьби за споживача й одержання благ у виді прибутку лежить розходження економічних інтересів суб'єктів ринкових відносин і визначена недовіра між ними.

#### *Список використаних джерел:*

1. Закон України "Про основи національної безпеки України" № 2091-VIII від 08.06.2017. – Режим доступу zakon.rada.ua
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством. - К.: КНЕУ, 2005. – 824 с.
3. Лоханова Н. Система управління станом економічної безпеки підприємства: проблемні питання, концепція розвитку/ Н. Лоханова// Економіст. – 2005. – №2. – С. 52 – 56.
4. Пономаренко В.С., С.В. Кавун. Концептуальні основи економічної безпеки. Монографія. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. – 256 с.
5. Горячева К.С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства: Автореф. дис. канд. ек.наук: 08.06.01. – К..Нау,2006. – 17 с.

**Сюйва В. В.,** студентка

**Науковий керівник: Пиріг С. О.,**

к.е.н., доцент, Луцький національний  
технічний університет, м. Луцьк, Україна

## **ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

На сучасному етапі розвитку України суттєво підвищується значення фінансової стійкості та фінансової безпеки торгівельних підприємств та підходів до її оцінки. Забезпечити необхідний рівень фінансової безпеки будь-якого підприємства, зокрема і торгівельного, це досить складне завдання, яке не можливо вирішити без ґрунтовної оцінки фінансового стану та фінансових можливостей торгівельних підприємств.

Систематизація та узагальнення положень наукової літератури з питань фінансів підприємств [1-3], фінансового аналізу [4, 5], фінансового менеджменту

[6-10], дало можливість науково обґрунтувати загальний підхід до оцінки рівня фінансової безпеки. Цей підхід полягає в тому, що рівень фінансової безпеки торговельних підприємств не можливо оцінити за допомогою одного показника, у т.ч. й інтегрального.

Отже, для оцінки рівня фінансової безпеки торговельних підприємств, можливо запропонувати систему показників, які дають змогу характеризувати відповідним чином фінансово-господарську діяльність торговельного підприємства. Це забезпечить визначення граничних значень показників, вихід за які, розглядається як втрата встановленого рівня фінансової безпеки.

Система показників-індикаторів, які мають кількісне вираження, дозволяє завчасно сигналізувати про небезпеку і вживати заходів щодо її попередження. Важливим є те, що найвищий ступінь безпеки досягається за умови, що весь комплекс показників перебуває в допустимих межах своїх граничних значень, а порогові значення одного показника досягаються не за рахунок зменшення інших. Отже, можна зробити висновок, що за межами значень граничних показників підприємство втрачає здатність до динамічного саморозвитку та конкурентоспроможності на зовнішніх і внутрішніх ринках.

Теорія безпеки має практичне значення, лише якщо вона органічно враховує теорію граничних значень об'єкта. Відхилення фактичних і прогнозних параметрів від порогових індикаторів показує ступінь загроз економічній безпеці і черговість їх усунення.

Тому, вважаємо за необхідне оцінювати фінансову безпеку за такими рівнями:

– *абсолютно безпечний рівень фінансової безпеки* – стан фінансової безпеки при якому всі показники фінансового стану знаходяться в межах, які відповідають найбільш позитивному значенню для підприємств галузі, відповідно підприємство є найбільш привабливим для інвесторів;

– *безпечний рівень фінансової безпеки* – стан фінансової безпеки, при якому показники фінансового стану знаходяться в рекомендованих межах, з інвестиційної точки зору, підприємство є привабливим, і є гарантія прибутковості та окупності інвестицій;

– *умовно безпечний рівень фінансової безпеки* означає, що окремі показники фінансового стану знаходяться в межах нижчих, ніж рекомендоване значення для підприємств галузі, відсутня гарантія окупності інвестицій;

– *кризовий рівень фінансової безпеки* – це стан фінансової безпеки при якому більшість показників фінансового стану є нижчими за граничне значення, а підприємство знаходиться на межі банкрутства.

На основі досліджених наукових праць вітчизняних вчених можна визначити рекомендовані значення показників фінансового стану. Зважаючи на специфіку діяльності торговельних підприємств та визначення рівнів фінансової безпеки, наведемо градацію показників фінансового стану в таблиці 1.

Таблиця 1

## Механізм визначення рівня фінансової безпеки підприємства

Показник	Рекомендоване значення показника	Рівень фінансової безпеки підприємства			
		абсолютно безпечний (АБ)	безпечний (Б)	умовно безпечний (УБ)	кризовий (К)
		Межі значення показника фінансового стану			
<b>Група показників ліквідності підприємства:</b>					
Коефіцієнт загальної ліквідності	> 1-2	> 2	< 2; ≥ 1	< 1; ≥ 0,001	< 0
Коефіцієнт поточної ліквідності	> 0,6	> 2	< 2; ≥ 1	< 1; ≥ 0,6;	< 0,6
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	> 2	< 2; ≥ 0,8	< 0,8; ≥ 0,2	< 0,2
Чистий оборотний капітал	> 0	≥ 40000	< 40000; ≥ 3500;	< 3500; ≥ 1	< 0
<b>Група показників фінансової стійкості підприємства:</b>					
Коефіцієнт маневреності власних коштів	≥ 0,2	≈ 0,5	≤ 0,25; ≥ 0,5	≤ 0,1; ≥ 0,25	≤ 0
Коефіцієнт фінансової незалежності	≤ 1	≥ 0,74; ≤ 1	≤ 0,75; ≥ 0,5	≤ 0,5; ≥ 0,25	< 0,24; ≥ 0
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	≤ 1	≤ 0,5	≤ 1; ≥ 0,5	= 1	≥ 1
Коефіцієнт ефективності: використання власних коштів	≥ 0,4	≤ 0,5; ≥ 0,25	≤ 0,5	= 0	< 0
використання фінансових ресурсів	> 0	≤ 0,25; ≥ 0,1	≤ 0,1	= 0	< 0
<b>Група показників ділової активності підприємства:</b>					
Коефіцієнт оборотності активів	> 0	≥ 3	≤ 2,9; ≥ 1	< 1; ≥ 0,001	< 0
оборотності обігових коштів	> 0	≥ 5	< 5; ≥ 1	< 1; ≥ 0,001	< 0
оборотності дебіторської заборгованості	> 0	≥ 10	< 10; ≥ 3	< 3; ≥ 0,1	< 0
оборотності кредиторської заборгованості	> 0	≥ 25	< 25; ≥ 5	< 5; ≥ 0,1	< 0
оборотності запасів	> 0	≥ 7	< 7; ≥ 3	< 3; ≥ 0,1	< 0
оборотності основних засобів	> 0	≥ 5	< 5; ≥ 1	< 1; ≥ 0,01	< 0
оборотності власного капіталу	> 0	≥ 10	< 10; ≥ 3	< 3; ≥ 0,1	< 0
рентабельності активів	> 0	≥ 0,1	< 0,1; ≥ 0,01	≤ 0,01; ≥ 0,001	≤ 0
рентабельності власного капіталу	> 0	≥ 0,2	< 0,2; ≥ 0,1	< 0,1; ≥ 0,001	≤ 0
рентабельності діяльності	> 0	≥ 0,1	< 0,1; ≥ 0,01	≤ 0,01; ≥ 0,001	≤ 0

Таким чином, нами розроблено підхід до градацій значень показників фінансового стану в контексті рівня фінансової безпеки торговельних підприємств. Така градація дозволяє визначити вплив окремого показника на стан фінансової безпеки, проте в сукупності дані показники можуть характеризувати різні рівні фінансової безпеки.

### **Список використаних джерел:**

1. Євдокимов Ф.І., Мізіна О.В., Бородіна О.О. Узагальнююча оцінка фінансової складової рівня економічної безпеки підприємства. Економічні праці ДонНТУ. – Серія економічна. – Донецьк: Вид-во ДонНТУ, 2002. – Вип. 47. – С. 6-12.
2. Кириченко О.А. Вдосконалення управління фінансовою безпекою підприємств в умовах фінансової кризи. Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2009. – №16. – С. 22 – 28.
3. Кириченко О.А. Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності в умовах глобальної фінансової кризи: монографія / О.А. Кириченко та ін.. – К.: Дорандо-друк, 2010. – 437 с.
4. Костирко Р.О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Х.: Фактор, 2007. – 784 с. 171.
5. Фисуненко П.А., Звагольская Н.С. Диагностика финансовой составляющей экономической безопасности предприятия, URL: [http://www.rusnauka.com25\\_DN\\_2008Economics28768.doc.htm](http://www.rusnauka.com25_DN_2008Economics28768.doc.htm).
6. Єрмошенко М.М., Єрохін С.А., Стороженко О.А. Фінансовий менеджмент. К.: Національна академія управління, 2004. – 506 с.
7. Забияко С.В., Светлова Е.С. Риск-менеджмент – основа экономической безопасности предприятия. Защита информации. Конфидент. – 2002. – №3. – С. 51 – 55.
8. Калінеску Т.В., Альошкін В.С., Кудіна В.Г. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – 372 с.
9. Каратов М.Е. Финансовая безопасность и финансовый контроль в условиях рыночных отношений. Юрист. – 2006. – №6. – С. 16-19.
10. Пойда-Носик Н.Н. Використання системного підходу в управлінні фінансовою безпекою підприємства. URL: [http:// www.nbu.gov.ua](http://www.nbu.gov.ua)

**Тютюнник Ю.М.**, к.е.н, доцент

**Джангіров О.Г.**, студент

**Сайно О.О.**, студентка

Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна

## **ФУНКЦІЇ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні економічні умови вимагають від підприємців досить комплексну і точну звітність про роботу підприємства. Без сумніву, кожен із показників звітної документації вкрай важливий і дає об'єктивну оцінку стану підприємства. В свою чергу основну інформацію про стан власного капіталу підприємства містить бухгалтерський баланс.

Власний капітал – це підсумок першого розділу пасиву балансу, тобто перевищення балансової вартості активів підприємства над його зобов'язаннями. Основними складовими власного капіталу є статутний капітал, додатковий і резервний капітал, нерозподілений прибуток [1, с. 311]. Власний капітал є одним із головних індикаторів кредитоспроможності підприємства, основою для визначення рівня його фінансової незалежності.

Основними функціями власного капіталу є [2, с. 120]:

- інвестування діяльності, адже кошти знаходяться у розпорядженні підприємства довгостроково;
- управління підприємством, адже кількість голосів кожного учасника дорівнює його частці (вкладу) або пропорційна до нього;

- регулювання відносин власності, адже частка окремих власників у капіталі є основою розподілу прибутку та майна при ліквідації підприємства;
- компенсація понесених збитків, адже збитки повинні погашатися за рахунок власного капіталу;
- платоспроможність, адже саме розмір власного капіталу, зазначений у балансі, є для зовнішніх користувачів гарантом відносин відповідальності та захистом кредиторів від втрати капіталу;
- кредитоспроможність, адже при отриманні кредитів перевага надається, за інших рівних умов, підприємствам із більшим власним капіталом та меншою кредиторською заборгованістю;
- фінансування ризиків, адже власний капітал може використовуватися і для ризикових інвестицій, на що можуть не погодитися кредитори.

Крім того, що власний капітал є основним початковим та умовно безстроковим джерелом фінансування господарської діяльності підприємства та джерелом погашення збитків, він є одним із найвагоміших чинників, що використовуються при оцінюванні фінансового стану підприємства, оскільки показує, з одного боку, ступінь фінансової самостійності, а з іншого – ступінь кредитоспроможності підприємства.

Збереження власного капіталу є одним з основних показників якості фінансового менеджменту на підприємстві [1, с. 315]. Згідно з фінансовою концепцією збереження капіталу прибуток вважається заробленим підприємством тільки за умови, якщо сума його чистих активів на кінець періоду перевищує суму чистих активів на початок періоду без урахування будь-яких виплат власникам або внесків власників протягом цього періоду.

Головна умова ефективного функціонування підприємства в умовах ринкового середовища – фінансова стійкість [3]. Внутрішня стійкість досягається за такого стану роботи підприємства, який забезпечує досить високий фінансовий результат його діяльності. Фінансова стійкість досягається при стабільному перевищенні доходів над витратами, вільному маневруванні грошовими коштами та стійкому економічному зростанні. Загальна стійкість характеризується позитивним сальдо чистого грошового потоку.

Фінансова стійкість – це система показників, яка відображає здатність підприємства оплачувати власні зобов'язання. При цьому слід відмітити, що підприємство може вважатися стійким за умови, що власний капітал складає мінімум половину від загального капіталу підприємства [3].

Для визначення типу фінансової стійкості підприємства використовують такі показники: коефіцієнт концентрації власного капіталу (коефіцієнт автономії); коефіцієнт фінансової залежності; коефіцієнт маневреності власного капіталу; коефіцієнт забезпеченості оборотних коштів власними оборотними коштами; коефіцієнт співвідношення власного і залученого капіталу (коефіцієнт фінансової стійкості); коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу; коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами; коефіцієнт відношення реальних активів і вартості майна; коефіцієнт поточних зобов'язань; коефіцієнт довгострокових зобов'язань.

Виходячи з їх значень обирається відповідний тип стійкості, а саме абсолютна фінансова стійкість, нормальна фінансова стійкість, нестійкий фінансовий стан або кризовий фінансовий стан. У більшості випадків нестійкий та кризовий стан наступають унаслідок зменшення частки власного капіталу в загальному капіталі. Така зміна можлива у випадку значного зростання обсягу кредиторської заборгованості або скорочення статутного капіталу [2, с. 124-125].

Таким чином можна зробити висновок, що внутрішні джерела фінансування відіграють важливу роль у процесі функціонування підприємства, адже саме за їх рахунок відбувається погашення зобов'язань та подальше збільшення обсягів виробництва у майбутньому. Також від їх структури залежить і рівень фінансової стійкості підприємства, без чого стабільна робота є неможливою.

**Список використаних джерел:**

1. Коваль Л. В. Власний капітал: облік та представлення в звітності в контексті національних та міжнародних стандартів / Л. В. Коваль // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». Зб. наук. праць. – 2013. – № 10. – С. 310-318.

2. П'ятак Т. В. Шляхи оптимізації структури капіталу: аналіз теоретичних надбань / Т. В. П'ятак // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49. – С. 118-127.

3. Шкурка К. В. Складові власного капіталу підприємства у вітчизняній та міжнародній практиці [Електронний ресурс] / К. В. Шкурка. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/23\\_DSN\\_2014/Economics/7\\_174621.doc.htm](http://www.rusnauka.com/23_DSN_2014/Economics/7_174621.doc.htm).

**Усик К.В.**, студентка

**Науковий керівник: Костюк В.А.**,

к.е.н., доцент Національний університет

біоресурсів і природокористування України, м.

Київ, Україна

## **ДОВГОСТРОКОВЕ БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

За останні роки, Україна стала одним з світових лідерів з експорту сільськогосподарської продукції, тому для підтримки заданого рівня необхідно розвивати інноваційну діяльність аграрних підприємств. Найефективнішим стимулом для активізації розвитку інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств є підвищення ролі довгострокового банківського кредитування.

Фінансове забезпечення потреб АПК у впровадженні інноваційної діяльності завжди було предметом наукових дискусій. Дослідженням даної проблеми займалися такі вчені: В.В. Борщевський, В.М. Гейць, М.В. Щурик, Л.І. Федулова, М.А. Хвесик та інші.

Активну участь у фінансуванні інноваційного процесу в Україні відіграють банки, кредитна політика яких направлена, в першу чергу, на банківське обслуговування інноваційної діяльності підприємств [1]. Фінансування інноваційного характеру повинно носити довгостроковий характер, оскільки прибуток від такої діяльності з'являється не одразу.

Значення довгострокового банківського кредиту в інноваційному розвитку сільськогосподарських підприємств є беззаперечно визначальним. Кредитні відносини уможливають розширення фінансових можливостей сільськогосподарських підприємств щодо збільшення обсягів виробництва, впровадження нової техніки та технологій, модернізації виробничих процесів, удосконалення виробничих активів, і як наслідок - стимулює та пришвидшує технічний прогрес [2] .

Сьогодні в Україні склалася така ситуація, що фінансуванням інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств переважно займаються комерційні банки. На жаль, складне фінансове становище таких підприємств, відсутність ліквідної кредитної застави; негативна кредитна історія - значно ускладнюють або взагалі унеможливають тримання кредитів у банківських установах, особливо на довгостроковій основі.

Банківське довгострокове кредитування аграрних підприємств є складним механізмом. Він включає в себе велику кількість процесів, які необхідно здійснити, щоб отримати кошти на довгостроковій основі. Це і обґрунтування позики, і надання повної фінансової звітності підприємства як на початку кредитного процесу, так і протягом всього терміну кредитування.

На рис. 1 представлено обсяг банківських кредитів, наданих сільськогосподарським підприємствам за період 2014-2017 рр [3].

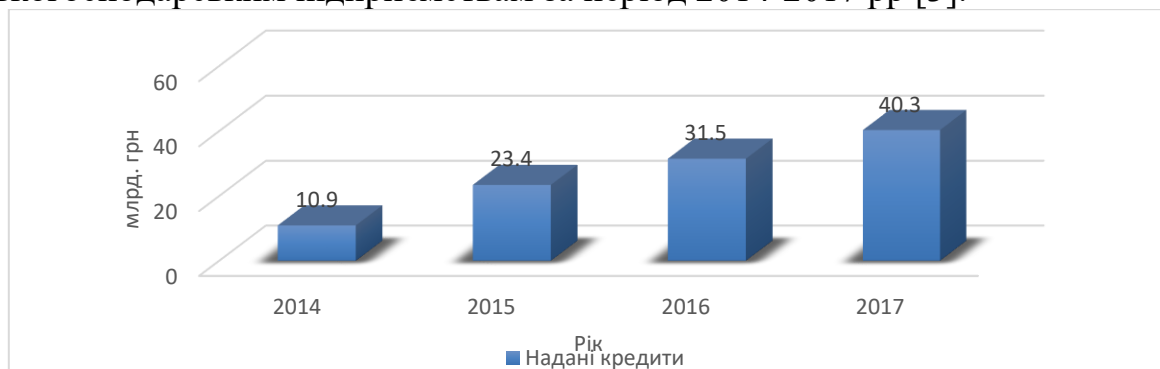


Рис.1 Обсяг банківських кредитів, наданих сільськогосподарським підприємствам, млрд грн

Як бачимо, загальна сума кредитів, наданих аграрному сектору з кожним роком мала тенденцію до збільшення. Станом на кінець 2017 року така сума становила 40,3 млрд грн, яка майже в 4 рази більш ніж в 2015 р. Це означає, що аграрний сектор активно впроваджує нові технології і тому залучає все більше додаткових коштів для їх розвитку.

Більшість власників банків зазначають, що, сьогодні, аграрна галузь є для них однією з пріоритетних. Тому і в Україні зростає частка довгострокових кредитів, які надані підприємствам агропромислового сектору (рис.2) [3].

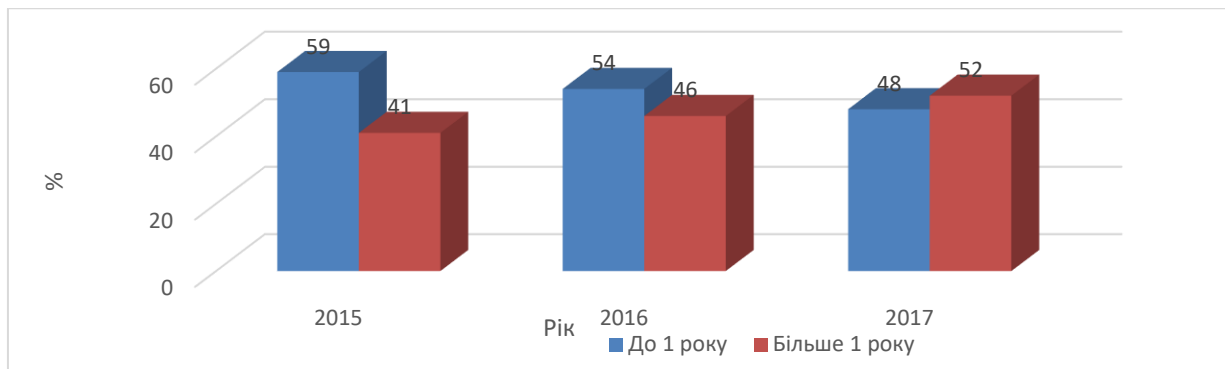


Рис.2 Структура гривневих кредитів у сільському господарстві за термінами, %

Банки за 2015 -2017 рр. наростили довгострокові кредити, що свідчить про збільшення потенціалу фінансування інвестицій за рахунок банківських кредитів. Якщо загальний обсяг кредитування швидко зростає, то кількість довгострокових кредитів зростає не такими швидкими темпами. Але з кожним роком довгострокові кредити переважають над короткостроковими, а це означає, що сільськогосподарські підприємства все більше удосконалюють свій виробничий потенціал.

Отже, проаналізувавши стан розвитку довгострокового банківського кредитування інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств, можна зробити такий висновок: з кожним роком зростає частка кредитів, наданих сільськогосподарському сектору економіки; збільшується і кількість наданих довгострокових кредитів, що свідчить про те, що такі кредити використовуються для фінансування інноваційної діяльності таких підприємств. Дієве фінансове забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств сприятиме покращенню фінансової результативності їх діяльності та підвищенню конкурентоспроможності аграрної галузі.

*Список використаних джерел:*

1. Федулова Л, Пашута М. Розвиток національної інноваційної системи України // Економіка України. – 2015. – №4. – С. 35-47.
2. Білосор Л.В. Розвиток ринку інноваційної продукції в аграрній сфері: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.02.02 / Л.В. Білосор. –К., 2006.– 21с.
3. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

**Химич І.Г.**, к.е.н., доцент  
Тернопільський національний технічний  
університет імені Івана Пулюя, м. Тернопіль,  
Україна

**КРИЗОВІ ЯВИЩА НЕМОЖЛИВО ПЕРЕДБАЧИТИ АБО  
ІСНУВАННЯ «ЧОРНИХ ЛЕБЕДІВ» В ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСАХ**

Інколи, коли отримано невідворотний негативний результат, який вже є і крапка, починаємо задумуватися проте, що він якось спливає в підсвідомості як



справді «очікуваний», «невідворотний», «все якраз цьому сприяло», «отриманий як наслідок від певних причин» тощо. Такі негативні результати в науковому просторі отримали назву «чорний лебідь». Чому саме «чорний лебідь», а не якось по-іншому. А, тому, що чорні лебеді в природі існують, вони рідкісні, проте, вони все ж є. Дане явище вперше запропонував та описав Нассім Ніколас Талеб у своїй праці під назвою «Чорний лебідь: Про (не)ймовірне в реальному житті» (2007 р.) [2].

До основних критеріїв, які описують настання події, автор відніс наступні. По-перше, всі події виступають так званою несподіванкою, передусім для експертів тому, що нічого точно не вказувало на те, що трапиться. По-друге, кожна подія тягне за собою певні наслідки, адже, без цього ніяк, оскільки, це взаємопов'язані елементи. І, по-третє, коли подія вже настала, то оглядаючись на минуле, вона виглядає так ніби була досить очікуваною та має цілком логічне пояснення. Так, і з різноманітними процесами, будь вони соціальні чи економічні, політичні чи фінансові тощо, всі вони також існують і підлягають вивченню, дослідженню, аналізу, поясненню та роз'ясненню фахівцями своєї сфери.

Автор даної теорії стверджує, що всі значні, а подекуди, і величні події, які відбулися в світі якраз і являються «чорними лебедями». До них він відносить: Першу Світову війну, розпад РССС, терористичні атаки 11 вересня 2001 року, створення комп'ютера, винайдення Інтернету тощо. Крім цього, Н.Н. Талеб у своїй книзі зазначає, що взагалі саме людство не спроможне здійснити прогноз власного життя на далеке майбутнє, адже, сама впевненість у власних знаннях випереджає самі знання, що створює так звану «надлишкову впевненість».

Також, автор проводить паралель між життям звичайної людини та «життям» суспільства в цілому. Так, якщо взяти до уваги наслідки від подій, які трапляються в житті звичайної людини, то здійснивши аналіз цих наслідків можна побачити певну можливість їхнього настання. Точно так само це стосується і життя суспільства загалом. Певні події просто мали місце бути. Все ніби сприяло їхньому настанню. Адже, як сказано в книзі: те, що спочатку людство взагалі не знало про існування чорних лебедів, а лише про білих, зовсім не означало, що їх не було.

Основну мету, яку автор представив у феномені «чорний лебідь» полягає в тому, що не потрібно вміти прогнозувати різноманітні негативні події на надто довгостроковий термін, адже, як показує життєва практика, це в деяких випадках взагалі неможливо. Потрібно вміти або намагатися зуміти захиститися від уже отриманих наслідків негативної події, яка відбулася; зуміти сформувані певну відносну стійкість до важких наслідків подій; зуміти боротися з наслідками непрогнозованого ризику за допомогою позитивних подій тощо. Тобто, не зациклюватися на негативних сторонах події, адже, вона вже відбулася і все. А, навпаки, зуміти використати «отримані знання» на користь в майбутньому. За словами автора, прогнозування подій на досить довгострокову перспективу є ілюзією, та заважає побачити та усвідомити, ті ризики, які є більш реальнішими та набагато «ближчими».

Що стосується економічних процесів, то «чорні лебеді» найбільше характерні для діяльності банківського сектору та підприємств, що відносяться до торговельної сфери. За фінансовою ознакою, тут присутній найбільший ризик, а, отже, і найбільші втрати. Крім цього, відомо, що якраз саме ці сфери не є постійними. Якраз саме їм притаманний постійний рух на основі адаптації до швидких змін їхнього «середовища існування». Відомо, що саме фінансова сфера була і є найризиковішою в порівнянні з іншими. Ця сфера існує поруч із фінансовими ризиками – це взаємопов'язані та взаємодоповнюючі елементи одного цілого. Одним із найважливіших фінансових показників виступає волатильність, що відображає невідворотну динаміку цін та доходів в часі, а також виступає одним із показників щодо «боротьби» та можливої ліквідації фінансових ризиків.

Найвідоміші з великих світових фінансових та економічних криз, які можна охарактеризувати як «чорні лебеді» відображені на рис. 1 [1].

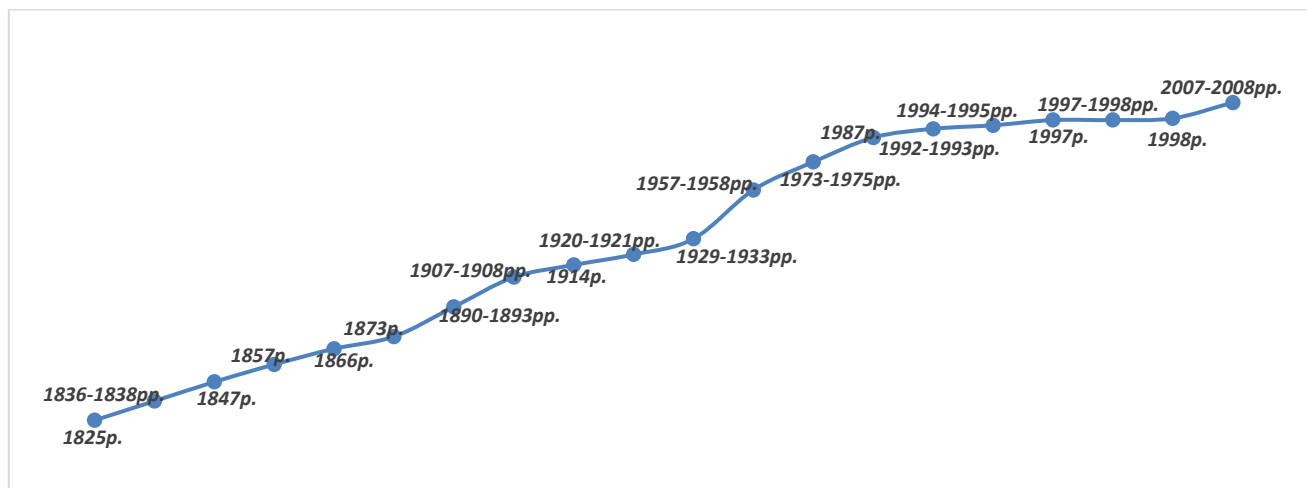


Рис. 1. Періоди великих світових фінансових та економічних криз

Боротися проти «чорних лебедів» неможливо, та й непотрібно. Необхідно вміти не боротися, а підлаштовуватися під невідворотність подій, зуміти «втриматися на плаву» перетворюючи невдачі на можливості.

В конкурентному середовищі «виживають» не найсильніші, а найсміливіші та найкмітливіші. Тому, що запроваджувати новинки на ринки збуту в сучасному світі дуже непросто. Подекуди, це дуже складна та надто ризикова справа. Крім цього, потрібно зуміти враховувати зміни потреб суспільства, які є нічим іншим як відображенням «боротьби поколінь», що є надзвичайно потужним фактором, який передуює змінам в різних сферах суспільства.

**Список використаних джерел:**

1. Історія світових криз: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://istoriya\\_svitovih\\_finansovih\\_kriz.com.ua](https://istoriya_svitovih_finansovih_kriz.com.ua).
2. Нассім Ніколас Талеб. Чорний лебідь: Про (не)ймовірне в реальному житті. – К.: Наш Формат, 2017. – 392 с.

Хлопук Х.Г., студентка  
Науковий керівник: Борисюк О.В.,  
к.е.н., доцент Східноєвропейський  
національний університет ім. Лесі Українки,  
м. Луцьк, Україна

## **ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах фінансової нестабільності України проблеми економічної безпеки підприємства та фінансової безпеки як її складової зокрема набули великого значення. Так, загрози, які існують, можуть впливати на ефективність виробництва, раціональне використання ресурсів, платоспроможність та фінансову стійкість підприємств та організацій.

Значне зниження фінансового рівня підприємства пов'язане із постійним підвищенням ризику господарської діяльності, що в майбутньому може призвести до його банкрутства.

Фінансово-економічна безпека є надзвичайно складною багаторівневою системою, яку утворюють ряд підсистем, кожна з яких має власну структуру і логіку розвитку [1].

Для визначення сутності фінансово-економічної безпеки підприємства можна виокремити три основні підходи.

Так, у першому підході фінансово-економічна безпека розглядається як стан захищеності.

Під фінансово-економічною безпекою на мікроекономічному рівні необхідно розуміти фінансово-економічний стан, який забезпечує захищеність його фінансово-економічних інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз та створює необхідні фінансово-економічні передумови для стійкого розвитку в поточному та довгостроковому періодах [2, с. 28].

Також, подібною характеристикою фінансово-економічної безпеки є визначення, яке наводить колектив вітчизняних авторів, вважаючи, що фінансово-економічна безпека підприємства – це стан захищеності його ресурсів та інтелектуального потенціалу від наявних та потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування, який характеризується високими фінансовими показниками діяльності та перспективою економічного розвитку в майбутньому [3, с. 5].

Другий підхід орієнтується на сутності фінансово-економічної безпеки підприємства як визначальної передумови його конкурентоспроможності. У рамках даного підходу, фінансово-економічна безпека визначається як результат комплексу складових, орієнтованих на усунення фінансово-економічних загроз функціонування та розвитку підприємства і забезпечення його фінансової стійкості й незалежності, високої конкурентоспроможності технологічного потенціалу, оптимальності та ефективності організаційної структури, правового захисту діяльності, захисту інформаційного середовища, комерційної таємниці, безпеки персоналу, капіталу, майна та комерційних інтересів [4].

Третій підхід до визначення сутності фінансово-економічної безпеки підприємства враховує динамізм виробничо-господарських систем.

Так, дослідник Р. Дацків визначає дану категорію як стан економічного розвитку суб'єктів господарювання (особи, держави, організації), який забезпечує йому гармонійний розвиток і ефективне використання ресурсів та усунення загроз [5].

Разом із тим, колектив авторів [6; 7; 8] зазначає, що фінансово-економічна безпека підприємства є складною системою, яка включає певний набір внутрішніх характеристик, спрямованих на забезпечення ефективності використання корпоративних ресурсів за кожним напрямом діяльності. Фінансово-економічну безпеку доцільно розглядати, перш за все, у контексті її функціональних складових. Даний підхід дозволить здійснювати моніторинг чинників, які впливають на стан як функціональних складових, так і фінансовоекономічної безпеки загалом; досліджувати процеси, які здійснюють вплив на забезпечення фінансово-економічної безпеки; проводити аналіз розподілу і використання ресурсів підприємства; вивчати економічні індикатори, що відображають рівень забезпечення функціональних складових; розробляти заходи, які сприятимуть досягненню високого рівня складових, що призведе до посилення фінансово-економічної безпеки підприємства загалом [6].

Таким чином, можна зробити висновки, що фінансово-економічна безпека підприємства має досить складну структуру та відіграє велику роль в управлінні підприємством, захищає його фінансово-економічні інтереси від внутрішніх та зовнішніх загроз, здатна протистояти небезпекам, які виникають і завдають фінансову шкоду підприємству.

#### *Список використаних джерел:*

1. Міронов В. Фінансова безпека як складова економічної безпеки України. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1256>.
2. Мойсеєнко І.П. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник / І.П. Мойсеєнко, О.М. Марченко. Львів: Видавництво ЛДУВС, 2011. 380 с.
3. Столбов В. Особливості управління системою фінансово-економічної безпеки будівельних підприємств. Комунальне господарство міст. 2012. Вип. 111. С.103-107.
4. Економічна безпека: навч. посіб. / За ред. З.С.Варналя. К.: Знання, 2009. 647с.
5. Дацків Р. М. Економічна безпека держави в умовах глобальної конкуренції / Р. М. Дацків Львів : Центр Європи, 2006 . – 159 с.
6. Бондаренко О.О. Фінансово-економічна безпека підприємства: теоретичний та практичний аспекти. Ефективна економіка. 2014. №10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3580>.
7. Борисюк О. В. Основні загрози фінансової безпеки України. International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings. January 29, 2016. Klaipeda: Baltija Publishing. 270-271 p.
8. Карлін М. І. Борисюк О. В. Управління державними фінансами: посібник / М.І. Карлін, О. В. Борисюк. Луцьк : ПП Іванюк, 2013. 273 с.

**Чуй І. Р.**, к.е.н., доцент,  
**Ковалик Х. Я.**, студентка  
Львівський торговельно-економічний  
університет, м. Львів, Україна

## ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА МОДЕЛЛЮ ДЮПОН

Одним із методів інтегрального аналізу прибутку є 4-факторна модель Дюпон, яка полягає у розкладанні на фактори показника рентабельності власного капіталу. За допомогою цієї моделі визначається вплив зміни таких чинників, як величина власного капіталу підприємства, показник оборотності активів, коефіцієнта фінансової залежності та рентабельності продажу [1, с. 244].

Ця модель має наступний вигляд:

$$\text{ЧП} = \text{ВК}_C \cdot \text{РП} / \text{А}_C \cdot \text{А}_C / \text{ВК}_C \cdot \text{ЧП} / \text{РП}, \quad (1)$$

де  $\text{ВК}_C$  – середньорічна величина власного капіталу підприємства, тис. грн.;

$\text{А}_C$  – середньорічна вартість активів підприємства, тис. грн.;

$\text{ЧП}$  – величина чистого прибутку підприємства, тис. грн.;

$\text{РП}$  – обсяг обороту від реалізації продукції, тис. грн.;

$\text{РП} / \text{А}_C$  – оборотність активів, рази;

$\text{А}_C / \text{ВК}_C$  – коефіцієнт фінансової залежності;

$\text{ЧП} / \text{РП}$  – рентабельність продаж.

Таким чином, алгоритм розрахунку впливу зміни вище наведених факторів на зміну величини чистого прибутку підприємства здійснюється в такій послідовності:

1) вплив зміни власного капіталу на зміну чистого прибутку ( $\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{ВК}}$ ):

$$\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{ВК}} = \Delta\text{ВК} \cdot \text{РП}_0 / \text{А}_{C0} \cdot \text{А}_{C0} / \text{ВК}_{C0} \cdot \text{ЧП}_0 / \text{РП}_0$$

(2)

2) вплив зміни оборотності активів на зміну чистого прибутку ( $\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{обор}}$ ):

$$\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{обор}} = \text{ВК}_{C1} \cdot \Delta(\text{РП} / \text{А}_C) \cdot \text{А}_{C0} / \text{ВК}_{C0} \cdot \text{ЧП}_0 / \text{РП}_0 \quad (3)$$

3) вплив зміни коефіцієнта фінансової залежності на зміну величини чистого прибутку ( $\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{ФЗал}}$ ):

$$\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{ФЗал}} = \text{ВК}_{C1} \cdot \text{РП}_1 / \text{А}_{C1} \cdot \Delta(\text{А}_C / \text{ВК}_C) \cdot \text{ЧП}_0 / \text{РП}_0 \quad (4)$$

4) вплив зміни рентабельності продажу на зміну величини чистого прибутку підприємства ( $\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{рент}}$ ):

$$\Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{рент}} = \text{ВК}_{C1} \cdot \text{РП}_1 / \text{А}_{C1} \cdot \text{А}_{C1} / \text{ВК}_{C1} \cdot \Delta(\text{ЧП} / \text{РП}) \quad (5)$$

Загальний вплив факторів визначається за формулою:

$$\Delta\text{ЧП} = \Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{ВК}} + \Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{обор}} + \Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{ФЗал}} + \Delta\text{ЧП}_{\Delta\text{рент}} \quad (6)$$

Використаємо дану модель для проведення факторного аналізу чистого прибутку на основі даних фінансової звітності ТзОВ “Львівське АТП-14631” протягом 2017-2018 рр. Результати розрахунків оформимо у вигляді табл. 1.

Таблиця 1

Розрахунок впливу факторів на величину чистого прибутку ТзОВ  
“Львівське АТП-14631” за допомогою 4-факторної моделі Дюпон

Показники	2017 р.	2018 р.	Відхилення (+/-)	Вплив зміни фактора на величину чистого прибутку, тис. грн. (+/-)
Середньорічна величина власного капіталу, тис. грн	80819,5	83989,0	3169,5	91,572
Оборотність активів, рази	2,331	2,347	0,016	16,947
Коефіцієнт фінансової залежності	1,206	1,399	0,193	391,415
Коефіцієнт рентабельності продажу	0,010	0,015	0,004	1169,066
Вихідні дані:				
Чистий прибуток, тис. грн.	2335	4004	1669	1669
Дохід від реалізації продукції, тис. грн.	227179	275819	48640	x
Середньорічна вартість активів, тис. грн.	97470	117518	20048	x

За даними, розрахованими у табл. 1, видно, що за рахунок збільшення середньорічної суми власного капіталу на 3169,5 тис. грн., величина чистого прибутку зросла на 91,57 тис. грн., зі збільшенням оборотності активів на 0,02 рази він зріс на 16,95 тис. грн., зростання фінансової залежності на 0,19 пункти сприяло збільшенню чистого прибутку на 391,41 тис. грн. Однак найбільший позитивний вплив на динаміку чистого прибутку здійснило збільшення коефіцієнта рентабельності продажу на 0,0042 пункти, що призвело до отримання чистого прибутку на суму аж 1169,07 тис. грн. Загальний вплив усіх факторів призвів до збільшення чистого прибутку на 1669 тис. грн.

Таким чином, за допомогою даної моделі ми визначили резерви збільшення прибутку ТзОВ. Як бачимо такими резервами є збільшення оборотності активів (зокрема за рахунок збільшення обсягів діяльності), збільшення інвестицій за рахунок власного капіталу. Однак слід враховувати те, що збільшення частки власного капіталу у структурі капіталу підприємства призводить до недоотримання прибутку, знижує рівень фінансової залежності, тому для менеджера важливим є завдання вибору між збільшенням прибутковості підприємства з одночасним підвищенням рівня фінансової залежності (а отже ризику), або забезпеченню підприємству фінансової стійкості за рахунок недоотримання прибутку.

**Список використаних джерел:**

1. Власюк Н. І. Фінансовий аналіз : навчальний посібник / Н. І. Власюк. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2016. – 312 с.
2. Фінансова звітність ТзОВ “Львівське АТП” за 2017-2018 рр.

**Шафарчук Л.С.**, студентка  
**Науковий керівник: Костюк В.А.**,  
к.е.н., доцент, Національний університет  
біоресурсів і природокористування України,  
м. Київ, Україна

## **АГРАРНА РОЗПИСКА – ІННОВАЦІЙНЕ ПОЛЕ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ КРЕДИТНИХ СПІЛОК**

Аграрний ринок України, незважаючи на останні кризові періоди, впевнено зростає. Однак значною проблемою аграрної галузі залишається відсутність доступного фінансування, за наявності якого галузь могла б зростати ще активніше. Робота переважної більшості виробників сільськогосподарської продукції має сезонний характер. Тому отримання фінансових ресурсів чи товарів у розстрочку є вкрай важливим для розвитку виробництва сільськогосподарської продукції.

Аграрні розписки активно завойовують популярність серед учасників сільськогосподарської галузі економіки нашої країни. Якщо у вересні 2017 року було подолано «психологічний» рубіж у 1 млрд. гривень, то вже станом на 25 січня 2019 року під аграрні розписки було надано кредитування на суму понад 6,6 млрд. гривень, а їхня кількість склала 888 [1].

В Законі України "Про аграрні розписки" аграрна розписка - товаророзпорядчий документ, що фіксує безумовне зобов'язання боржника, яке забезпечується заставою, здійснити поставку сільськогосподарської продукції або сплатити грошові кошти на визначених у ньому умовах [2].

Предметом застави за аграрними розписками виступає майбутній врожай сільськогосподарської продукції агровиробника.

Фінансова аграрна розписка призначена сприяти покращенню фінансування членів кредитних спілок - малих та середніх агровиробників, зокрема, забезпечити фінансування до початку сезону посівної з метою закупівлі необхідного матеріально-технічного забезпечення для ведення сільськогосподарської діяльності поточного та, можливо, майбутніх сезонів.

З 2017 року кредитні спілки також є учасниками ринку кредитування виробників сільгосппродукції через інструмент аграрних розписок. Їхній вклад у загальну статистику станом на 25 січня 2019 року досить скромний – 3 кредитні спілки надали кредитування під 5 аграрних розписок на суму 1,2 млн. гривень [1]. Слід зазначити, що згідно з вимогами законодавства, усі ці кредити були надані фізичним особам, фермерам-членам спілок, які використовують земельні ділянки саме як фізичні особи. Однак фактично з листопада 2018 року можливості роботи кредитних спілок з аграрними розписками розширилися: тепер спілки можуть кредитувати фермерські господарства і приватні підприємства, які знаходяться у власності членів кредитних спілок. Модель застосування аграрної розписки у кредитних спілках представлена на рис. 1



Рис.1 Модель застосування аграрної розписки у кредитних спілках

Завдяки тісній співпраці проекту IFC «Аграрні розписки в Україні», проекту USAID CAP «Кредитування сільськогосподарських виробників», Всеукраїнської Асоціації Кредитних Спілок (ВАКС) та Національної Асоціації Кредитних Спілок України (НАКСУ) з державним регулятором кредитних спілок – Національною Комісією, що здійснює регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг). Державний регулятор погодив проект тристороннього договору (між кредитною спілкою, фермерським господарством та членом спілки, від імені якого це господарство отримує кредит), а додатком до цього договору є фінансова аграрна розписка [3].

Проект USAID «Кредитування сільськогосподарських виробників» (КЕП) всебічно сприяє тому, щоб кредитні спілки активніше включали аграрні розписки до свого інструментарію. Спеціалісти проекту вважають, що використання розписок кредитними спілками має широкі перспективи і покращить доступ до фінансів, саме для малих та середніх сільгоспвиробників, зокрема, в умовах наявного скорочення заставної бази. Кредитні спілки також зацікавлені в новому інструменті для збільшення обсягів кредитування.

Перевагами використання фінансової аграрної розписки є такі:

- пропозиція нового інструменту для кредитування членів спілки - агровиробників;
- збільшення членської бази КС за рахунок покращення доступу до фінансування;
- збільшення розміру застави для покриття кредиту майбутнім врожаєм, який є основним джерелом доходу агровиробника.

Кредитна спілка може отримувати додаткову заставу (обладнання, запаси, інші активи) та вказати це в аграрній розписці;

- можливість здійснювати моніторинг врожаю, який надано у заставу, та оперативно вживати заходів для його порятунку від загроз;
- доступ до інформації та відслідковування кредитної історії за аграрними розписками через централізований реєстр аграрних розписок;



– прискорена процедура примусового стягнення боргу за аграрною розпискою у випадку невиконання боржником зобов'язань за аграрною розпискою у порівнянні зі стандартною судовою процедурою. Примусове стягнення боргу за аграрною розпискою відбувається у позасудовому порядку на підставі виконавчого напису нотаріуса.

Не дивлячись на можливість ефективного виконання аграрних розписок варто пам'ятати, що аграрна розписка - це перш за все домовленість двох сторін, яка спрямована на реалізацію взаємовигідної мети, досягнути якої неможливо без поваги до прав іншої сторони та дотриманні взятих на себе обов'язків.

Таким чином, для кредитних спілок використання аграрних розписок - інноваційний та перспективний напрямок, в якому вони можуть ефективно працювати та залучати нових клієнтів. Аграрні розписки як інструмент, з однієї сторони, дозволяє сторонам на власний розсуд врегулювати порядок виконання зобов'язань за аграрними розписками, з іншої сторони, законодавство встановлює додаткові загальні гарантії виконання зобов'язань за ними для комплексного захисту кредиторів та мінімізації ризику невиконання зобов'язань.

#### *Список використаних джерел:*

1. Державне підприємство «Аграрні реєстри». Режим доступу: [Електронний ресурс] : <https://agroregisters.com.ua>
2. Закон України від 19.07.2017, підстава - 1982-VIII "Про аграрні розписки" – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5479-17>
3. Лайко П. А. Інноваційні процеси в аграрному секторі економіки / П. А. Лайко, М. М. Кулієв // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 26–30.

**Шатов Д.О., студент**  
**Науковий керівник: Балджи М.Д.,**  
д.е.н., професор  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

Традиційно вже склалось, що Україна популяризує себе як аграрна країна, і це сталося завдяки сприятливим природно-кліматичним умовам, працьовитим громадянам і звичним видам господарювання. Здавалося б, справне ведення господарювання не загрожує небезпеці, але, на жаль, за останні кілька років галузь з виробництва сільськогосподарської продукції в Україні почала занепадати, а її розвиток призупиняється через недостатню та неефективну державну підтримку, нестабільну і не завжди високою якістю виробництва сільськогосподарської продукції, що стримує нарощування обсягів виробництва та знижує конкурентоспроможність відповідних підприємств.

Підприємства з виробництва сільськогосподарської продукції поділяються за спеціалізацією на рослинницькі й тваринницькі. Вартісні обсяги виробництва

продукції рослинництва та тваринництва, розподіл відповідно до типу господарств за 2010 – 2017 рр. відображені графічно (рис. 1).

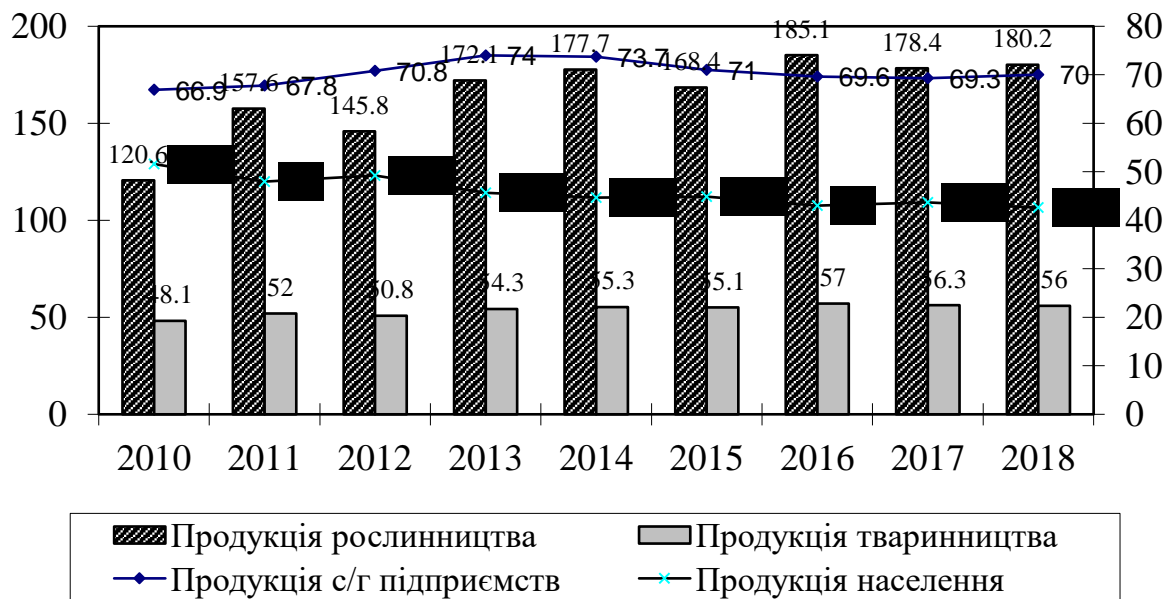


Рис. 1. Динаміка виробництва продукції сільського господарства України (у постійних цінах 2010 року) та розподіл виробництва за типом господарств  
Джерело: складено на основі [1].

Кожна галузь сільського господарства є сукупністю підприємств, які виготовляють однорідну продукцію. Загалом, кількість суб'єктів великого підприємництва по Україні за 2016-2017рр. зросла на 4%, середнього підприємництва – на 0,9%, а от малого підприємництва – знизилася на 3,3%. Якщо аналізувати власне суб'єкти господарювання сільськогосподарської галузі, то тут спостерігається протилежна тенденція, зокрема, кількість суб'єктів великого підприємництва знизилася на 2 одиниці, або 10%, середнього підприємництва зменшилася на 114 одиниць, або 4,6%, а от кількість суб'єктів малого підприємництва зросла на 2089 одиниць, або 2,9%, що є позитивною тенденцією. У структурі кількості сільськогосподарських підприємств тенденція зростання суб'єктів підприємництва у 2017 р. спостерігається лише у суб'єктів малого підприємництва сільського господарства, мисливства та надання, пов'язаних із ними послуг, на 4,3% [1].

Оцінюючи обсяг виробництва сільськогосподарської галузі за період 2014-2017рр., можна прослідкувати позитивну тенденцію зростання. Загалом по галузі у період 2014-2015рр. обсяг виробництва зріс на 45,2%, а 2016-2017рр. – на 10,4%. Однак, слід відзначити затухаючу тенденцію зростання. Таку ж тенденцію можна відзначити по усіх напрямках сільського господарства. Якщо проаналізувати питому вагу виробленої сільськогосподарської продукції у національному господарстві країни, то у 2014 р. вона становила 9,9%, а у 2017р. – 9,8%. Однак, слід зазначити, що у 2015р. та у 2016р. частка галузі становила 12,1% та 11,3% відповідно [1].

Важливою передумовою для ефективного розвитку сільськогосподарського виробництва та його ринку є підтримка з боку держави. Регулювання сільського

господарства державою – це насамперед діяльність країни щодо впливу на всю систему аграрного бізнесу, який функціонує переважно на ринкових принципах із застосуванням основних понять економічного регулювання, а також державних замовлень, квот, ліцензій тощо.

Найсуттєвішою причиною незадовільного стану розвитку сільського господарства є політика, що провадиться державою стосовно цієї сфери. У сільськогосподарських підприємствах, які працюють неефективно, стан виробництва погіршується ще й тим, що їхні працівники, постійно шукаючи додаткові джерела доходу, не здатні повною мірою забезпечувати його перспективний розвиток [2, с. 82].

Перспективні напрямки розвитку підприємств з виробництва сільськогосподарської продукції в Україні можуть бути обумовлені підтримкою на державному рівні, основними цілями якої виступають:

- забезпечення високої якості вітчизняної сільськогосподарської продукції;
- підвищення конкурентоспроможності української агропродукції та вітчизняних сільськогосподарських підприємств на товарному ринку;
- збереження та приріст природних ресурсів, що необхідні для сільськогосподарського виробництва;
- правильне формування ефективно діючого ринку агропродукції, первинної сировини та продовольства, що забезпечить підвищення прибутковості вітчизняних аграрних підприємств та розвиток інфраструктури цього ринку;
- забезпечення стабільного розвитку сільської місцевості, зайнятості сільського населення, рівня заробітної плати робітників, підвищення рівня його життя.

Однією з найбільш складних проблем аграрного виробництва є формування і функціонування цивілізованого ринку землі. В Україні спостерігається складна ситуація щодо становлення й розвитку ринку землі. З одного боку, виникає бажання скасувати мораторій на купівлю-продаж земель. З іншого боку, є побоювання, що внаслідок відсутності належної законодавчої бази цей процес може набути спекулятивного характеру. Збитковість частини вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників унеможливило їхні шанси на придбання земель. Запровадження ринку землі в цих умовах може призвести до розвитку спекуляції, тому спочатку слід всіма можливими важелями державного регулювання створити в країні такі умови, щоб вкладення у сільгоспвиробництво приносило принаймні середню норму прибутку по національному господарстві. І лише в такому разі землю куплятимуть не для перепродажу на вторинному ринку, а для виробничих цілей [3, с. 26].

Проблема земельних ресурсів набуває особливої ваги в контексті децентралізаційних трансформацій вітчизняної економіки, стратегічного курсу розвитку країни. Це підкреслює потребу забезпечення безпеки ведення господарювання на підприємствах з виробництва сільськогосподарської продукції. В існуючій ситуації економічна безпека виступає визначальним показником загального розвитку й базується на оновленому підході до проблем природокористування та забезпечує покращення виробничого потенціалу з

впровадженням ефективних новацій. При наявності стійкої тенденції зростання кількості й важкості наслідків ситуацій природно-техногенного характеру, масштаби яких охоплюють цілі області України, доречно підкреслити факт незворотних змін, що негативно відображається на економіці та безпеці суб'єктів господарювання в аграрному секторі.

В умовах сьогодення доречна реалізація комплексу заходів, який сприятиме розв'язанню наявних проблем, ініціації підприємницької діяльності суб'єктів господарювання всіх форм власності в сфері виробництва сільськогосподарської продукції, збільшенню обсягів конкурентноспроможних послуг, здатних задовольнити потреби населення й поширення на цій основі динамічного розвитку окремих районів при дотриманні економічної безпеки. Це дозволить стимулювати розвиток відповідних підприємств. Отже, забезпечити безпеку ведення господарювання на підприємствах з виробництва сільськогосподарської продукції в Україні можливо завдяки виваженій державній політиці.

**Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.org/uk>
2. Коваленко О. А. Державне регулювання сільськогосподарського виробництва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1808>
3. Дусановський С.Л. Ринок землі: бути чи не бути? / С.Л. Дусановський, М.Г.Саєнко. – Тернопіль, 2009. – 26 с.
4. Балджи М.Д. Економічна безпека: забезпечення, управління, прогнозування: монографія // М.Д. Балджи, І.М. Котова, К.І. Тарасова (за редакцією проф. Балджи М.Д.). – Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2019. – 272 с.

**Ющишина Л.О.**, к.е.н., доцент  
**Бегаль О.П.**, студент факультету  
післядипломної освіти  
Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ПЕРЕДУМОВА  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ВИРОБНИЦТВА ПІДШИПКІВ**

Якісні підшипники кочення і ковзання надзвичайно важливі для функціонування промислового обладнання. Постійний розвиток підшипникових рішень дозволяє пропонувати клієнтам всі останні розробки, які значно покращують якісні показники продукції, що означає для кінцевих споживачів не тільки підвищення терміну служби, а й економію електроенергії та палива.

На сьогоднішній день на світовому ринку виробництва підшипників сформувалась висока конкуренція, що в свою чергу спонукає вітчизняних виробників до якісно нових кроків у плані формування системи фінансово-економічної безпеки. Сучасний ринок підшипників представлений багатьма виробниками різних країн світу. Особливу загрозу для вітчизняних виробників складає китайська промисловість. Підшипники це дуже специфічний товар із-за

існування загальносвітових норм по їх типорозмірах, що дає змогу покупцям робити вибір серед існуючих пропозицій, вибираючи оптимальний для себе варіант, який забезпечує їх потреби.

Складністю цього ринку є відсутність авторського права на виготовлення підшипників, кожен хто має відповідні виробничі потужності може провадити таке виробництво, в цій конкуренції виграє той хто зуміє запропонувати свій товар за нижчою ціною і вищою якістю. Даний ринок можна завойовувати ще шляхом впровадження у виробництво специфічних типорозмірів підшипників, укладення договорів на постачання з великими машинобудівними заводами і корпораціями. Важливу роль в процесі виготовлення підшипників відіграє робота в сфері постачання сировини і комплектуючих, контроль за використання енергоресурсів та якістю готової продукції.

У сучасній системі економічної безпеки велику роль відіграє забезпечення належного захисту комерційної таємниці; електронна та внутрішня безпека; безпека власних основних засобів; надійна фізична та технічна безпека; безпека комунікацій; логістична безпека; економічна розвідка та інше [1].

Виробництво підшипників в світі є значною ланкою промисловості і користується великим попитом. У першості США – 9 %, Білорусія – 8 %, Україна – 8 %, і так далі [2]. Бачимо, що наша держава стоїть на рівні з великими прогресивними та розвиваючими країнами.

На сьогоднішній день основним виробником підшипників в Україні є ПрАТ «СКФ Україна». Зокрема, на даний момент виробництвом підшипників в Україні займається АТ «ХарП» та ПрАТ «СКФ Україна».

На вітчизняному ринку виробництва підшипників довгий час лідирує ПрАТ «СКФ Україна», що входить у міжнародну промислову групу SKF (шведській компанії Aktiebolaget SKF належить 99,8917% акцій ПрАТ «СКФ Україна»), спеціалізується на виробництві роликових конічних підшипників і компонентів до них (кілець, роликів і сепараторів). Проектна потужність заводу складає 34 млн конічних і карданних підшипників на рік [3].

ПрАТ «СКФ Україна» є головним постачальником конічних підшипників для ведучих заводів (МТЗ, ЮМЗ, КАМАЗ, КрАЗ, МАЗ, ГАЗ тощо) та інших заводів СНД, сильним та надійним постачальником для лінійних та конвеєрних заводів, заводів-виробників автомобільної техніки Америки, Європи та Азії, до того ж надійним постачальником компонентів для заводів корпорації SKF.

Найбільшим споживачем продукції Луцького заводу є підприємства групи Volkswagen. Підшипники також поставляються іншим світовим і європейським автовиробникам – MAN, Iveco, Scania, Meritor та ін. Компоненти поставляються іншим заводам SKF в Німеччині, Польщі, Іспанії, Бразилії, Китаї. Успіх підприємства забезпечують сучасні технології та прогресивні моделі управління бізнесом (Six Sigma, Business Excellence тощо), що дозволяє ефективно вирішувати поточні проблеми та з впевненістю слідувати шляхом розвитку в майбутнє. ПрАТ «СКФ Україна» має унікальні знання в області обортового обладнання та взаємозв'язку промислових процесів з механічними компонентами [3].

На тлі зростання виробництва в машинобудуванні спостерігається поживлення і у постачальників комплектуючих до техніки. У минулому році вітчизняні підшипникові заводи заявили про великі інвестиції в бізнес. Так, для створення потужностей з виробництва продукції нового покоління – підшипникових вузлів ТМУ у 2017 р. група SKF інвестувала в компанію ПрАТ «СКФ Україна» 270 млн. грн. У цілому в модернізацію і розвиток підприємства інвестовано понад 120 млн євро.

Продукція підприємства ПрАТ «СКФ Україна» достатньо конкурентоспроможна на ринку, при цьому сильними параметрами при оцінюванні є якість, потужність, прибутковість товару, ергономічність та технічні параметри. Проте, для збільшення конкурентоспроможності важливим є оптимізація цін на основний асортимент товарів, які у підприємства дещо вищі ніж у конкурентів.

Підсумовуючи вище викладене, варто звернути увагу, що досягнення стабільності на світовому ринку можливе лише шляхом кропіткої щоденної праці із забезпечення стабільного виробництва, впровадження новітніх технологій, вишукування надійних постачальників та нових ринків збуту готової продукції на теренах України та на світовому ринку. У сучасних умовах важливим завданням залишається також збереження існуючих виробничих потужностей та нарощування нових, постійний контроль за зміною кон'юнктури внутрішнього та зовнішнього ринків. Це дозволить широко розвинути виробниче партнерство та більш вдало визначити конкуренту позицію в обраному ринковому сегменті.

*Список використаних джерел:*

1. Вівчар О. І. Інтеграційні процеси логістики у контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки бізнесу. Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаїв, 2015. Вип. 5. URL: <http://global-national.in.ua/issue-5-2015> (дата звернення: 23.10.2019).
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.org.ua> (дата звернення 23.10.2019).
3. Офіційний сайт ПрАТ «СКФ Україна» URL: <https://www.skf.com/ua/uk/our-company/SKF-Ukraine/ZAO-SKF-Lutsk/index.html> (дата звернення: 23.10.2019).

## СЕКЦІЯ VI

### Менеджмент та маркетинг бізнес-структур в неоіндустріальній економіці

Агеєнко Ю. С., студентка

Науковий керівник: Баришевська І. В.,

к.е.н., доцент

Миколаївський національний аграрний  
університет, м. Миколаїв, Україна

#### **ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

Соціально-економічний розвиток держави та рівень добробуту громадян значною мірою залежить від рівня та якості освітніх послуг, які надають навчальні заклади. Підтримання якості освіти на найвищому рівні вимагає відповідного фінансування, що є доволі актуальним для України в умовах обмеженості фінансових ресурсів з боку держави. За результатами останнього року, представленими під час Всесвітнього економічного форуму в Давосі, Україна опинилась у списку країн, в економіці яких спостерігається повільний спад. Так, відповідно до сформованого рейтингу Україна перебуває на 81-й сходинці з 137 (між Бразилією та Бутаном). Рівень конкурентоспроможності вітчизняної економіки оцінюється в 4,1 бали із 7 можливих [1]. Причин, які призвели до того, що Україна опинилася серед низки країн, чії економічні показники демонструють повільний регрес, багато: це і недоліки економічної політики, і накопичені зовнішні та внутрішні дисбаланси економічного розвитку та обмежене та диспропорційне фінансування науки.

У світовій практиці прийнято вважати, що прибуток від капіталовкладень у цю сферу становить 100–200 % і набагато перевищує прибутки інших галузей. Один долар, витрачений на науку, приносить від 4 до 7 доларів прибутку [2]. Утім, збільшення асигнувань в абсолютному виразі не може бути «рятівним колом» ані для вітчизняної економіки, ані для вітчизняної науки. Розв'язання проблеми фінансування наукових досліджень в Україні потребує критичного аналізу його результативності.

Законодавчо закріплено, що держава має забезпечити загальні асигнування на освіту в розмірі не менше 7 % ВВП за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів [3]. Також Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність» передбачено конкурсне фінансування наукових досліджень, яке сьогодні в Україні практично відсутнє. Так, практично здійснюється лише базове

фінансування. Співвідношення між базовим і грантовим фінансуванням науки має поступово змінюватись і протягом найближчих 3- 4 років досягти рівня 60-70% грантового фінансування (нині ця величина становить 3%) [4]. При базовому фінансуванні кошти виділяються на наукову організацію в цілому з урахуванням чисельності працюючих та минулорічних обсягів видатків. Воно надається на пріоритетні для держави напрями, розвиток інфраструктури науково-технічної діяльності, підготовку наукових кадрів. Грантове фінансування здійснюється або на тендерній основі, або виділяється на підставі управлінських рішень під конкретні проекти. Воно призначене для: науково-технічних програм, спрямованих на реалізацію пріоритетних напрямів; забезпечення проведення найважливіших прикладних науково-технічних розробок, які виконуються за державним замовленням.

Чинна в Україні система фінансування наукових установ вибудована так, що фактично щороку мільярди гривень витрачаються насамперед не на розвиток сучасної науки, а на заходи соціального забезпечення науковців, утримання адміністративного апарату, а також допоміжного та обслуговуючого персоналу національної, п'яти галузевих академій наук, значної кількості їх інститутів, центрів та інших структурних підрозділів.

Отже, стимулювати економічне зростання та прискорювати реформи держава може і повинна через свій основний інструмент — державний бюджет. Трансформація системи фінансування НДР потребує інституалізації, підґрунтям якої має стати:

- доктрина розвитку науки в Україні, яка буде комплементарна стратегії розвитку освіти;
- створення Офісу розвитку науки при Національній інвестиційній раді при Президентові України, діяльність якого має бути скеровано на розробку і координацію довгострокової програми збільшення фінансування НДР;
- першочергове спрямування додаткових бюджетних коштів на виконання проектів наукових досліджень, що обиратимуться на конкурсній основі в рамках виконання державних наукових програм, державного замовлення на створення новітніх технологій, а також грантового фінансування;
- забезпечення з боку наукових установ інформаційного та технічного супроводу перспективних кандидатів для участі у міжнародних наукових заходах та конкурсах;
- сприяння популяризації та комерціалізації результатів НДР [5].

Доведено, що основою зростання економіки є нові знання, відтак, результати науково-технічної діяльності є одним із найважливіших ресурсів такого зростання. Фінансування української науки на цьому етапі залишається проблемним питанням, розв'язання якого потребує поступового переходу від «дефіцитного» до наукоцентричного підходу із розширенням залучення підприємницького сектору до фінансування НДДКР.

*Список використаних джерел:*

1. Місце України в світовому рейтингу розвитку економік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://voxukraine.org/longreads/ratings/index.html>
2. Ляшенко Олександра Миколаївна. Стратегії фінансування наукових досліджень в



Україні - стратегічні пріоритети № 3 (44), 2017

3. Постанова Верховної Ради України "Про стан та проблеми фінансування освіти і науки в Україні", 2017, № 34, ст.374 - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

4. Освіта в Україні: базові індикатори. Інформаційно-статистичний бюлетень результатів діяльності галузі освіти у 2017/2018 н. р.

5. Кропивницький Р. С. Підтримка держави як інструмент державного управління науковою діяльністю в Україні. Інвестиції: практика та досвід № 14/2018

**Аксьонова А.О.**, студентка  
**Науковий керівник: Миколайчук І.П.**,  
к.е.н, доцент Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ, Україна

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДІАГНОСТИКИ МОТИВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ**

Радикальні зміни у використанні управлінських бізнес-технологій викликані бурхливим розвитком інноваційних процесів, в т.ч. їх цифровізації, що в свою чергу вносять зміни у свідомість керівників, диктують не лише адаптацію наявних моделей управління до сьогодення, але й необхідність пошуку нових підходів, до підвищення конкурентоспроможності підприємств. Комп'ютеризація та роботизація бізнес-процесів призводять до вивільнення частини управлінських функцій від праці людей, які вже не можуть їх виконати ефективно. Проте, не зважаючи на зміни у пріоритетах до підходів і технологій бізнес-процесів, ключове значення відіграють саме людські ресурси.

Сучасні керівники намагаються максимально ефективно використовувати наявні та потенційні ресурси підприємств для досягнення ними високого рівня конкурентоспроможності та результативності. В системі мотивації персоналу підприємств найбільш поширеною вітчизняною практикою залишається використання матеріального стимулювання праці персоналу (підвищення заробітної плати, виплата премій, надання різного виду допомог тощо). Разом з тим в умовах діджиталізації бізнес-процесів, коли найскладніші види робіт може виконувати машина, застосування в системі мотивації праці персоналу лише зовнішніх матеріальних стимулів призводить до дисбалансу у реалізації нематеріальних потреб працівниками різних рівнів кваліфікації та посад. У цьому зв'язку виникає необхідність проведення діагностики мотиваційного потенціалу підприємства як необхідної умови зростання його прибутковості та збереження кваліфікованих кадрів. Аналізуючи зміст даної категорії, доцільно під мотиваційним потенціалом підприємства розуміти його можливість щодо формування перспектив розвитку, що зумовлюється здатністю, мотивами та потребами працівників досягати поставлених цілей [1].

Класична схема діагностики мотиваційного потенціалу базується на застосуванні різних методів оцінювання результатів праці як окремого працівника, так і в цілому підприємства, використання соціально-психологічної

діагностиці, спеціалізованих методів збору та аналізу інформації, серед яких найбільш поширеними є: 1) анкети, призначені для виявлення потреб і мотивів працівників та соціально-психологічні методики, спрямовані на побудову мотиваційного профілю персоналу; 2) структуровані інтерв'ю, призначені для дослідження управлінських прийомів з метою управління мотивацією працівників в різних ситуаціях; 3) методики з визначення соціально-психологічного клімату в колективі, домінуючого стилю управління керівників та специфіки корпоративної культури; 4) спостереження, що використовуються з метою виявлення розбіжностей між уявленнями працівників і керівників про прийоми управління мотивацією та і визначення їх результативності.

Аналізуючи різні практичні підходи, процес мотиваційної діагностики на підприємстві можна представити у вигляді наступної структури (рис. 1).



Рис. 1 Структура мотиваційної діагностики персоналу на підприємстві  
Джерело: складено авторами

В умовах цифровізації суспільства вище наведені методи поступово втрачають свою актуальність внаслідок появи так званого «покоління Z». Для ідентифікації Покоління Z – осіб, які народились після 2003 року (за іншою класифікацією – після 1995) використовуються різні назви: Net Generation або New Silent Generation, «покоління підприємців», центеніали, домосіди, покоління «ЯЯЯ», цифрові люди. За світовими прогнозами до 2020 року представники покоління Z становитимуть 40% від загальної чисельності споживачів. Сучасним керівникам (переважно представникам покоління Y), треба зрозуміти особливості поведінки цифрових людей, щоб знайти з ним спільну мову. «Щоб «заразити» представників покоління Z роботою, варто апелювати до емоцій, роботи наголос

на інклюзивності та активно використовувати соціальні медіа», – погоджуємося із О.Базаровою [2]. Саме тому потрібно відходити від шаблонності в діагностиці мотиваційного потенціалу, невпинно ведучи пошук більш сучасних підходів та впроваджуючи інноваційні технології.

Для прикладу, компанія KFC (міжнародна мережа ресторанів швидкого харчування) активно розвиває автоматизацію і діджиталізацію всіх HR – процесів [3], що містить: масовий онлайн-рекрутинг; автоматизовану систему працевлаштування, обліку та кадрової звітності; онлайн-навчання на смартфоні, управління розвитком і кар'єрою; управління продуктивністю праці з застосуванням гейміфікації; вимірювання і підвищення залученості, зворотний зв'язок з керівництвом і колегами [3].

Світовий лідер у галузі об'єктивної оцінки людського капіталу – компанія SEB's SHL Talent Measurement Solutions для досягнення успіху в бізнесі та збереження конкурентних переваг використовує в HR-інвестуванні інструменти об'єктивної оцінки, дані бенчмарків, технологічні рішення та управлінський консалтинг, в тому числі психометричні інструменти для діагностики та розвитку успішності персоналу, залучення, мобілізації та аналітики талантів. Користувачами її продуктів є такі всесвітньо відомі лідери як: Nissan, Xerox, Unilever Benelux, Coca-Cola, Sony тощо [4].

На українських підприємствах для автоматизації діагностики мотиваційного потенціалу в роботі HR-департаментів широко застосовується інформаційні системи, що зазвичай позначаються аббревіатурою HRMS (Human Resources Management System – системи управління людськими ресурсами).

Діджиталізація компаній ґрунтується на впровадженні у їх роботу мобільних додатків для отримання можливості аналізу роботи і моніторингу результатів, а також створення та просування нових інформаційних систем/платформ на робочих місцях працівників для забезпечення їх ефективної діагностики. При цьому кожна компанія сама обирає, який саме ресурс використовувати в діагностиці мотиваційного потенціалу персоналу.

Цифровий менеджмент персоналу поєднує хмарні технології, мобільні додатки, соціальні мережі та аналітичні програми, що в цілому є новою платформою зростання мотиваційного потенціалу підприємства та успішно адаптує класичні методи – анкети, структуровані інтерв'ю, співбесіди, ділові ігри тощо. Саме тому з метою більш ефективного використання мотиваційного потенціалу на підприємстві та її якісної діагностики необхідно використовувати в сукупності сучасні та класичні методи.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Рудь Ю.Н. Сутність та тенденції розвитку системи соціального управління персоналом на торговельних підприємствах України [Текст] / Ю. Н. Рудь // Наука и Экономика. – 2013. - № 4. – С. 149–153.
2. Як працювати з поколінням Z: досвід Dentsu Aegis Network Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://kiev.hh.ua/article/25506?utm\\_source=telegram&utm\\_medium=post&utm\\_campaign=recrutoria](https://kiev.hh.ua/article/25506?utm_source=telegram&utm_medium=post&utm_campaign=recrutoria)
3. Офіційний сайт KFC в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kfc-ukraine.com/> - Назва з екрану.

4. Офіційний сайт SHL Russia&CIS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.shl.ru/> - Назва з екрану.

**Беляєва Н.С.**, к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-економічний  
університет, м. Київ, Україна

## **УПРАВЛІННЯ ПОДАТКОВИМ НАВАНТАЖЕННЯМ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ЗАКОНОДАВЧИЙ АСПЕКТ**

Відповідно до Господарського кодексу України [1, р. II Суб'єкти господарювання, Гл. 6 Загальні положення] суб'єктами малого підприємництва є:

– фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

– юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Відповідно до Податкового кодексу України (далі – ПКУ) [2, Ст. 4. Вимоги до підтвердження даних, визначених у податковій звітності, Ч. 1], для цілей оподаткування платники податків зобов'язані вести облік доходів, витрат та інших показників, пов'язаних з визначенням об'єктів оподаткування та/або податкових зобов'язань, на підставі первинних документів, реєстрів бухгалтерського обліку, фінансової звітності, інших документів, пов'язаних з обчисленням і сплатою податків і зборів, ведення яких передбачено законодавством.

В той же час, Ст. 4 «Основні напрями державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні» Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» визначає, що основними напрямками державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні, у частині управління податками, є [3, ст. 4]:

1) удосконалення та спрощення порядку ведення обліку в цілях оподаткування;

2) запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві.

Відповідно до ПКУ [2, Ст. 291 Загальні положення, Ч. 2], спрощена система оподаткування, обліку та звітності – особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених п. 1 статті 297 «Особливості нарахування, сплати та подання звітності з окремих податків і зборів платниками єдиного податку» ПКУ, на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених Главою 1 «Спрощена система оподаткування, обліку та звітності» ПКУ, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності

(Платники єдиного податку звільняються від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з таких податків і зборів: 1) податку на прибуток підприємств; 2) податку на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності платника єдиного податку першої - четвертої групи (фізичної особи) та оподатковані згідно з Главою 1 «Спрощена система оподаткування, обліку та звітності» ПКУ; 3) податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, крім податку на додану вартість, що сплачується фізичними особами та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку, визначену п.п. 1 п. 293.3 статті 293 «Ставки єдиного податку» ПКУ, а також що сплачується платниками єдиного податку четвертої групи; 4) податку на майно (в частині земельного податку), крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються платниками єдиного податку першої - третьої груп для провадження господарської діяльності та платниками єдиного податку четвертої групи для ведення сільськогосподарського товаровиробництва; 5) рентної плати за спеціальне використання води платниками єдиного податку четвертої групи).

Відповідно до ПКУ [2, Ст. 291 Загальні положення, Ч. 4], суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, поділяються на чотири групи платників єдиного податку:

1) перша група – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300000 гривень;

2) друга група – фізичні особи-підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв: не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб; обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень (не поширюється на фізичних осіб-підприємців, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна, а також здійснюють діяльність з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння. Такі фізичні особи-підприємці належать виключно до третьої групи платників єдиного податку, якщо відповідають вимогам, встановленим для такої групи);

3) третя група – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 5000000 гривень;

4) четверта група - сільськогосподарські товаровиробники: а) юридичні особи незалежно від організаційно-правової форми, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків; б) фізичні особи-підприємці, які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону України «Про фермерське господарство» [4].

Доходом платника єдиного податку є [2, Ст. 292 Порядок визначення доходів та їх склад для платників єдиного податку першої - третьої груп]:

1) для фізичної особи-підприємця – дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі. При цьому до доходу не включаються отримані такою фізичною особою пасивні доходи у вигляді процентів, дивідендів, роялті, страхові виплати і відшкодування, а також доходи, отримані від продажу рухомого та нерухомого майна, яке належить на праві власності фізичній особі та використовується в її господарській діяльності;

2) для юридичної особи – будь-який дохід, включаючи дохід представництв, філій, відділень такої юридичної особи, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі.

Відповідно до ПКУ [2, Ст. 202 Звітні (податкові) періоди, Ч. 2], платники податку, які сплачують єдиний податок, можуть вибрати квартальний податковий період. Заява про вибір квартального податкового періоду подається контролюючому органу разом з декларацією за наслідками останнього податкового періоду календарного року. У разі якщо платник податку, який застосовував спрощену систему оподаткування, переходить на сплату інших податків і зборів, встановлених ПКУ, такий платник податку зобов'язаний самостійно перейти на місячний податковий період, починаючи з першого місяця переходу на сплату інших податків і зборів, встановлених ПКУ, що зазначається у відповідній податковій декларації за наслідками такого місяця.

В той же час, несплата (неперерахування) фізичною особою - платником єдиного податку, визначеною п.п. 1 і 2 п. 291.4 статті 291 «Загальні положення» ПКУ, авансових внесків єдиного податку в порядку та у строки, визначені ПКУ, тягне за собою накладення штрафу в розмірі 50 відсотків ставки єдиного податку, обраної платником єдиного податку відповідно до ПКУ [2, Ст. 122 Порухнення правил застосування спрощеної системи оподаткування фізичною особою-підприємцем, Ч. 1].

#### *Список використаних джерел:*

1. Господарський кодекс України: від 16 січня 2003 р. No 436-IV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 25.10.2019).
2. Податковий кодекс України: від 02 грудня 2010 р. No 2755-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n4379> (дата звернення: 25.10.2019).
3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22 березня 2012 р. No 4618-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17> (дата звернення: 25.10.2019).

4. Про фермерське господарство: Закон України від 19 червня 2003 р. No 973-IV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15> (дата звернення: 25.10.2019).

**Бойко Г.С.**

аспірант кафедри менеджменту  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет  
економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна

### **ОСОБЛИВОСТІ ВРАХУВАННЯ КРИТЕРІЮ ЯКОСТІ ПРИ ОЦІНЦІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Економічна ефективність управління закладу вищої освіти (ЗВО) є базовою складовою його конкурентоспроможності, оскільки передбачає раціональне використання ресурсів у формуванні вартості освітніх продуктів та забезпеченні їх якості.

Кириллов А., досліджуючи питання підвищення ефективності управління ЗВО, наводить показники ефективності з трьох компонентів – менеджмент якості, інноваційний підхід до управління та інформатизація процесів, які, на його думку, дозволяють розвиватися навчальному закладу в сучасних умовах [4].

Ю. Пушкарьов та О. Латуха для оцінювання ефективності управління ЗВО виділяють лише один критерій – якість освіти, яка дозволяє впроваджувати та створювати новітні технології [9]. Можна стверджувати, що такий підхід ґрунтується на Законі України «Про вищу освіту», де визначено якість вищої освіти як сукупність якостей особи з вищою освітою, що відображає її професійну компетентність, ціннісну орієнтацію, соціальну спрямованість і обумовлює здатність задовольняти як особисті духовні і матеріальні потреби, так і потреби суспільства. Якість освітньої діяльності – сукупність характеристик системи вищої освіти та її складових, яка визначає її здатність задовольняти встановлені і передбачені потреби окремої особи або(та) суспільства [8].

Нині науковцями поняття якість освіти визначається як комплексна багатоаспектна категорія.

Так, наприклад, Зінченко В.О. розглядає якість освіти як багатобічну категорію, яка органічно поєднує якісну реалізацію всіх складників навчально-виховного процесу та якість визначених результатів освіти, які відображають інтереси всіх зацікавлених суб'єктів [3].

Ляшенко О.І. визначає якість освіти як багатовимірне методологічне поняття, яке різносторонньо віддзеркалює суспільне життя – соціальні, економічні, політичні, педагогічні, демографічні й інші життєво значущі для розвитку людини сторони життя [6]. Вікторов В.Г. представляє це поняття як багатогранну модель соціальних норм і вимог до особистості, освітнього середовища, в якому відбувається її розвиток та системи освіти, що реалізує її на певних етапах навчання людини [1].

Виокремлюють три складові якості освіти: якість освіти (якість знань, способів вирішення завдань); якість методів навчання і виховання (організація пізнавальної діяльності, мотивація пізнавальної діяльності, контроль навчальної

діяльності); якість освіченості особистості (засвоєння знань, умінь та навичок, засвоєння моральних норм) [2; 7].

Застосовують такі основні підходи до оцінювання якості освіти: репутаційний (на основі експертних оцінок), результативний (за об'єктивними показниками) і загальний. Кількість підходів може бути більшою: традиційний (престижність ЗВО), науковий (відповідність стандартам), менеджерський (задоволення клієнта), споживчий (споживач визначає якість), демократичний (користь ЗВО для суспільства) [2; 5; 7].

За результатами дослідження встановлено, що існуючим методичним підходам до оцінки ефективності та рівня розвитку ЗВО властивий дискусійний характер.

Переважає більшість існуючих підходів за даною проблематикою ґрунтується на використанні таких інструментів оцінки як метод експертних оцінок (узагальнення думок фахівців-експертів), метод опитування респондентів (отримання інформації від різних груп користувачів освітніх послуг, випускників ЗВО, зацікавлених сторін), методи статистичного та економіко-математичного аналізу (виокремлення та оцінка найвагоміших факторів, які впливають на розвиток та ефективність ЗВО), метод профілів (оцінка за допомогою інтегрального показника), метод рейтингових оцінок (визначення і порівняння показників ЗВО із конкурентами) тощо.

#### *Список використаних джерел:*

1. Вікторов В.Г. Управління якістю освіти: соціальн-філософський аналіз: монографія. Дніпропетровськ: Пороги, 2005. 286 с.
2. Єсіна О.Г. Критерії оцінки якості підготовки сучасних фахівців. Теорія та методика навчання фундаментальних дисциплін у вищій школі: збірник наукових праць. Кривий Ріг: НМетАУ, 2012. Вип. VII. С. 84–90.
3. Зінченко В.О. Моніторинг якості навчального процесу у вищому навчальному закладі: монографія. Луганськ: Вид-во ДЗ "ЛНУ імені Тараса Шевченка", 2013. 360 с.
4. Кириллов А.Г. Повышение значений показателей эффективности системы управления вузом. Наукоеведение: Интернет-журнал. 2014. №2. URL: <http://naukovedenie.ru/opublikovat—statyu.php>
5. Кісіль М. В. Оцінка якості вищої освіти. Вища освіта України. 2005. № 4 (14). С. 82–87.
6. Ляшенко О.І. Якість освіти як основа функціонування й розвитку сучасних систем освіти. Педагогіка і психологія. Вісник академії педагогічних наук України. 2005. № 1. С. 5–12.
7. Маркіна І.А., Рибалко Л.А. Система управління якістю в галузі торгівлі організацій та підприємств споживчої кооперації: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 163 с.
8. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/ed20170101>
9. Пушкарёв Ю.В., Латуха О.А. Оценка эффективности деятельности современного университета как инновационного вуза. Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2012. №1. С. 25–31.



**Булавчик М. І.**, магістрант  
**Науковий керівник: Морохова В. О.**,  
к.е.н., професор  
Луцький національний технічний університет  
м. Луцьк, Україна

## **ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сучасні умови жорсткої конкуренції на внутрішньому та зовнішніх ринках агрохарчової продукції, активний розвиток диверсифікації діяльності підприємств аграрного сектора, що передбачає необхідність удосконалення маркетингового управління корпоративним портфелем аграрного підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності, зумовлюють необхідність обґрунтування методичних засад аналітичної складової формування товарної політики аграрних підприємств. Ключовим напрямком дослідження представляється проблема оптимізації корпоративного товарного портфелю за структурою, відповідності ринковим трендам, формування структурного профілю на основі вивчення мотивів поведінки споживача, адаптованої до концепцій B2B та B2C маркетингу.

На думку окремих дослідників [5], комплекс основних завдань аналізу товарної політики включає: оцінку економічних вигод підприємства від реалізації окремого виду товару, товарних ліній та товарного портфелю в цілому; визначення ставлення цільових споживачів до товарів підприємства та товарів-субститутів; виявлення сильних та слабких сторін товару, можливостей та загроз зі сторони ринку; ідентифікацію особливостей формування товарного портфелю, його узгодженість з цілями підприємства та збалансованість з огляду на життєвий цикл товарів; розробку заходів щодо покращення структурних елементів товару та оптимізації товарного портфелю.

Погоджуємося із думкою В. Верби, який у своїй праці зазначає що використання термінів «товарний асортимент» і «товарний портфель» як синонімів є недоречним, оскільки розгляд сукупності всіх товарів підприємства як «портфеля» означає зовсім інший підхід до розуміння особливостей його формування, що спрямований на досягнення встановлених стратегічних цілей, максимізації корисності пропозиції та зменшення ризику [1]. Для товарного портфеля важливо не тільки те, які товари до нього входять, а також і те, які співвідношення наявні між певними товарами і товарними групами, оскільки це впливає на його збалансованість.

На основі опрацьованих літературних джерел, вважаємо, що товарний портфель аграрного підприємства варто визначити як сукупність матеріальних й нематеріальних товарів, для виробництва та реалізації яких підприємство має можливості в рамках наявних організаційно-економічних, технологічних, маркетингових й екологічних умов.

Ю. Данько [2] зазначає, що особливістю товарного портфеля аграрного підприємства є формування продуктових пропозицій в межах окремих бізнес-

одиниць, що визначаються з урахуванням існуючих галузевих відмінностей всередині сільськогосподарського виробництва.

Малюк С. [3] вважає, що формування товарного портфеля сільськогосподарського підприємства має базуватися на таких основних засадах:

1) процес формування товарного портфеля має враховувати технічні, технологічні можливості виробництва, доступну ресурсну базу;

2) формування товарного портфеля має базуватися на оцінюванні рівня задоволення клієнтів і споживачів створеної ціннісної пропозиції підприємства та передбачати можливість адаптації товарних пропозицій внаслідок динамічності ринкових умов;

3) управління товарним портфелем має бути безперервним, враховувати вплив зовнішніх (ринкових) і внутрішніх (ресурсних) можливостей підприємства;

4) товарний портфель має будуватися на принципах збалансованості, з урахуванням стадій життєвого циклу продуктових груп і окремих асортиментних позицій;

5) прийняття рішення має здійснюватися на основі якісної інформації; особи, що приймають ці рішення, мають використовувати не тільки фактичні, а й прогнознi дані.

При прийнятті рішення про структуру товарного портфеля необхідно керуватися не тільки міркуваннями фінансової ефективності, але і враховувати стратегічні і соціальні орієнтири компанії. Тому підприємства змушені балансувати між власними інтересами та інтересами клієнтів, обираючи методи формування товарного портфеля. Крім того, товарна політика однаковою мірою належить як до загальнокорпоративних проблем, так і до проблем операційного маркетингу, однією з функцій якого є розробка товарів та планування асортименту з орієнтацією на вимоги ринку. При цьому склад і структура товарного портфеля сприймається як інструмент досягнення підприємством комплексу цілей різного горизонту планування [4].

Отже, ефективне управління товарною політикою аграрного підприємства передбачає використання адекватних методів формування продуктового портфеля, імплементація яких дасть змогу приймати дієві управлінські рішення щодо кількісних та якісних параметрів структури та збалансованості товарного портфелю, що забезпечуватимуть оптимальні умови для конкурентного розвитку аграрних підприємств.

#### *Список використаних джерел:*

1. Верба В. Методичні положення оптимізації товарного портфеля виробничого підприємства. Стратегія економічного розвитку України. 2013. Вип. 32. С. 164-176.

2. Данько Ю. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції України : монографія. Харків : Міськдрук, 2009. 262 с.

3. Малюк С. Показники та методи оцінки ефективності системи управління товарним асортиментом хлібопекарських підприємств. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Ч. 3, Вип. 6. С. 22-25.

4. Беленов О. Типология методов управления ассортиментом продукции. Современная экономика : проблемы и решения. 2016. № 1. С. 69-76.

5. Гармідер Л. Дослідження формування товарного асортименту підприємства. Академічний огляд. 2016. № 1. С. 111-118.

**Бунчук П.М.,** магістр  
**Науковий керівник: Ховрак І.В.,**  
к.е.н., доцент Кременчуцький національний  
університет імені Михайла Остроградського, м.  
Кременчук, Україна

## СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Динамічні бізнес-процеси сучасних підприємств вимагають побудови дієвої та надійної системи управління оборотним капіталом підприємства [1-2]. Оборотний капітал надзвичайно важливий для фінансування щоденних операцій підприємства. Саме тому управління оборотними коштами є одним із важливих рішень фінансового менеджменту. Варто виділити вісім основних етапів побудови системи управління оборотним капіталом підприємства (рис. 1).



Рис. 1 Етапи побудови системи управління оборотним капіталом підприємства

Управління оборотним капіталом має вирішальне значення при визначенні витрат, які має понести підприємство, наприклад витрат, пов'язаних з податковими витратами та позиками.

### *Список використаних джерел:*

1. Лещук В.П., Полинкевич О.Н., Ищук Л.И. (2015). Стратегия управления бизнес-процессами машиностроительных предприятий на основе реинжиниринга и перепроектирования. Економічний часопис-XXI. Том 1, Випуск 1-2, с. 57-61.

2. Полінкевич О. М. Механізми адаптації бізнес-процесів промислових підприємств до нової економіки : монографія / О. М. Полінкевич. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2014. – 448 с.

**Васильєва Т.П.**, асистент  
Національна металургійна академія України,  
м. Дніпро, Україна

## **ВІРТУАЛЬНІ ЛОГІСТИЧНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК**

Орієнтація на процесний підхід в управлінні при формуванні логістичної організаційної структури підприємства вимагає вирішення проблеми: яким чином структурувати підприємство, щоб здійснювати комплексне управління глобальним логістичним бізнес-процесом без надмірної бюрократизації.

У вирішенні цієї проблеми особлива роль належить інформаційним логістичним мережам - віртуальним організаціям. Причиною виникнення ідеології віртуальних підприємств є насамперед розвиток та значне поширення сучасних Internet-технологій. Вони визначають нові можливості у комунікації та узгодженій взаємодії різних автономних, географічно розподілених підприємств. Сьогодні Internet-технології формують інформаційну інфраструктуру віртуальних підприємств, забезпечуючи високоефективну комунікацію й інтеграцію, спільне планування й управління товарними потоками від постачальника сировини й матеріалів до виробника кінцевої готової продукції та до її споживача.

Сучасні концепції управління інформаційною діяльністю на підприємствах широко застосовують ідеї інформаційної логістики для побудови моделей інформаційної діяльності підприємства, які відбивають взаємозв'язки між інформаційними потоками, а впровадження комп'ютерних технологій дозволяє застосовувати менеджмент ділових процесів, який являє собою управління інформаційною логістикою на базі комп'ютерної технології, основною метою якого є забезпечення діяльності з виконання господарських завдань необхідною інформацією відповідного виду, обсягу, якості, у відповідні терміни та у відповідному місці. Застосування цих концепцій дозволяє побудувати інформаційну модель організації, яка є схемою потоків інформації.

Віртуальна логістична організація – це ключові багатofункціональні команди, які пов'язані між собою через інформаційні канали, які спільно виконують необхідні роботи на інтегральній основі. Така організація виходить з об'єднання концепцій управління ланцюгами постачань (SCM) і електронного бізнесу (e-commerce) [1, с. 231].

З метою формування й розвитку довгострокового партнерства в управлінні поточковими процесами створено систему управління логістичним ланцюгом SCM (Supply Chain Management). Логістичний ланцюг – це послідовність потоків і процесів, що мають місце між різними контрагентами (ланками) ланцюга та комбінуються задля вимог споживачів [2, с. 161].

Управління ланцюгом постачань – планування, створення та контроль за потоками інформації й матеріалів у ланцюгу постачання з метою задоволення потреб клієнтів з максимальною ефективністю.

Управління ланцюгами постачань є відносно новим напрямком. Воно відбиває концепції інтегрального бізнес-планування, яких з 1950-х років дотримуються експерти та практики в області логістики. Сьогодні інтегроване планування стало реальністю завдяки розвитку інформаційних технологій, але більшості компаній усе ще не вистачає знань про те, як застосовувати і як адаптувати нові аналітичні інструменти для досягнення цих цілей.

Електронний бізнес – це перетворення основних бізнес-процесів за допомогою Internet-технологій, тобто це будь-яка активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків з метою створення прибутку.

Функціонування віртуальної логістичної організації визначається створенням єдиної організаційно-технологічного та інформаційного середовища шляхом об'єднання у певному часовому періоді ресурсів різних підприємств. Завдяки оперативній координації використання ресурсів підприємства здатні швидко та з мінімальними витратами виробляти кінцевий продукт чи послугу. Причиною виникнення концепції віртуальних логістичних організацій став розвиток та широке використання сучасних Internet-технологій, які надають нові можливості для комунікації та співробітництва різних автономних, географічно розподілених підприємств.

Віртуальна логістична організація має розглядатися як «підприємство над підприємствами», тобто у її рамках може існувати безліч ланцюгів постачань. При цьому одне й те ж підприємство може входити до складу різних ланцюгів постачань та віртуальних організацій. Така структура не є юридичною особою (юридичні функції може виконувати орган координації віртуальної логістичної організації). По суті вона складається з набору спільних виробничо-господарських функцій, виконання яких диктується та спрямовується загальними інтересами та цілями.

Щоб створити віртуальну організацію, необхідно визначити ключові бізнес-процеси та створити продуктивну адміністративну систему, що, по суті, означає: ідентифікацію загальних цілей і завдань; визначення замовників (зовнішніх або внутрішніх); визначення бізнес-плану «маршрутної карти» (які ресурси та засоби необхідно використовувати для виконання замовлень споживачів); визначення систем, інформаційно-комунікаційних технологій, потрібних для обслуговування замовників; оцінювання критеріїв продуктивності інформаційних технологій і систем для підтримки окреслених бізнес-процесів; визначення способів і платформ для забезпечення комунікації між членами у процесі організації роботи віртуальних структур.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Логістичний менеджмент: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. С. Пономаренко, К. М. Таньков, Т. І. Лепейко. - Х.: Інжек, 2010. - 437с.
2. Дыбская В.В., Сергеев В.И., Стерлигова А.Н. и др. Логистика. Полный курс МВА. - Москва: Эксмо, 2014. — 944 с.

**Веремій Я.С.**, студентка  
**Костюк В.А.**, к.е.н., доцент  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України,  
М. Київ, Україна

## **ТЕНДЕНЦІ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ**

Інноваційність відіграє для банків надзвичайно важливе значення, оскільки окреслює напрями подальшого розвитку усього банківського сектору в цілому. Саме на інноваційних технологіях та ідеях базується стратегічне орієнтування банківських установ, а отже, банківські інновації виступають і метою, і необхідною умовою довгострокового функціонування банківського ринку.

Загальновідомо, що поведінка клієнтів піддається постійним змінам і банківським інституціям потрібно враховувати це, інакше виникає розрив у стосунках між банками, що надають фінансові послуги і споживачами, які ними користуються. Сьогодні дані пустоти активно та успішно заповнюються такі небанківські конкуренти як PayPal, Apple, Starbucks, Square, P2P-кредитори та інші, які здійснюють обслуговування клієнтів за допомогою нових технологій, не обмежених традиційним банкінгом і системою платежів. Такі умови у розвинутих країнах породили новий клас споживачів фінансових послуг, яким немає необхідності використовувати банківський рахунок для роботи в системі і вони відмовилися від банківських послуг традиційного характеру на користь рахунків PayPal, мобільних платежів, передоплачених дебетових карт та інших можливостей, що дають змогу їм обійти банківську систему і значно дешевше скористатися послугами. Внаслідок чого постійно зростає велика кількість людей, які не охоплені банківськими послугами, які не мають пластикових карток, банківських рахунків, проте користуються грошима, так звані «позабанківські» споживачі фінансових послуг [1].

Порівнюючи ринок дистанційного банківського обслуговування України і країн Західної Європи та США, можна побачити значне відставання українського, який знаходиться на рівні переходу до другої стадії, проте деякі банківські установи, такі як ПриватБанк, ПУМБ у процесі переходу до третьої стадії розвитку дистанційного банківського обслуговування. Тому Україна володіє значним потенціалом зростання послуг дистанційного банківського обслуговування, про що свідчить значна кількість користувачів мережі Інтернет.

Згідно з дослідженнями закордонних аналітиків найважливішими глобальними тенденціями банківських інновацій протягом останніх років стали: монетизація даних, соціальна цінність, робототехніка, банківництво речей, розважальні транзакції, постійна доступність, інтернет-банкінг, безкарткові розрахунки, банківництво без банків (на ринок виходять так звані FinTech компанії, які заміняють банки у наданні колись зовсім банківських послуг. Такі компанії розробляють унікальні інноваційні пропозиції і пропонують більш гнучкі і часто вигідніші умови використання своїх продуктів) [2].

Основними напрямками українських банківських інновацій в останні роки стали:

1. Інтернет і мобільний банкінг та значне розширення банківських операцій, які доступні через ці системи.
2. Безкарткові розрахунки через мобільний телефон.
3. Активізація присутності в соціальних мережах.
4. Доступність терміналів самообслуговування.
5. Режим роботи "24/7".
6. Електронна решта (послуга, коли решта в копійках переводиться на рахунок чи поповнює мобільний телефон клієнта).
7. Індивідуалізація потреб клієнтів (застосовується переважно для VIP-клієнтів банку).

Прикладом застосування інноваційної стратегії лідерства на ринку банківських послуг України виступає ПриватБанк, дана стратегія забезпечила високі темпи зростання кількості клієнтів, депозитної бази банку, що обумовило значні темпи підвищення вкладень в активні операції. Тому, за останні 10 років активи ПриватБанку зросли в 13,9 разів, депозитна база – в 13,1; капітал – у 15,5 разів, що суттєво перевищувало середні показники зростання по банківській системі (9,8; 7,9; 8,0 – відповідно).

Українська практика поєднує у собі багато варіантів дистанційного банківського обслуговування, проте базовою та найбільш поширеною інновацією вважається інтернет-банкінг. Ця технологія здійснює віддалений доступ до банківських послуг за допомогою веб-браузера, і яка є найбільш перспективною, зручною та прогресивною. Стрімкий розвиток інтернет-банкінгу в Україні провокує зростання інтернет-користувачів [3].

Моніторинг розвитку інтернет-банкінгу в Україні дав змогу виокремити банки-лідери та визначити значну диференціацію у розвитку систем дистанційного банківського обслуговування роздрібних клієнтів.

Варто відмітити, що найбільший функціонал у Приватбанку, 37 опцій доступно в системі Інтернет-банкінгу Першого Українського Міжнародного Банку, 35 – в Альфа-Банку. Однією з найпопулярніших послуг до якої проявляють інтерес користувачі інтернет-банкінгу є можливість дистанційно оплачувати комунальні послуги. Більше 70% операцій – це грошові перекази, поповнення мобільних телефонів і оплата комунальних послуг.

Проте погоня за технологічними новинками може містити свої пастки. Адже інноваційна технологія може бути просто не сприйнята споживачами, а вкладені кошти не окупляться. Отже, необхідно, щоб банківська інновація була економічно доцільною для банку і корисна для клієнтів.

#### *Список використаних джерел:*

1. Кинг Бретт. Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете / Кинг Бретт [Пер. с англ. М. Мацковской]. – М : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2016. – 520 с.
2. Шуба М.В. Світові тренди банківських інновацій / М.В. Шуба, А.О. Рудник // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". — №12. — 2015. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4638>

**Вовк І.В.**, студентка  
**Науковий керівник: Шквиря Н.О.**,  
к.е.н., доцент, Таврійський державний  
агротехнологічний університет ім. Дмитра  
Моторного, м. Мелітополь, Україна

### **ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ ДЛЯ ВИБОРУ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Важливим інструментом маркетингової діяльності підприємства є товарна стратегія. Товарна стратегія має економічне і соціальне значення. Економічна важливість полягає в тому, що розробка ефективної товарної стратегії дозволить підприємству вижити в умовах жорсткої конкуренції і стати успішним. З соціального боку управління асортиментом формує у споживачів смаки, потреби, і навпаки, смаки і потреби споживачів дуже впливають на товарну стратегію підприємства [2].

Ключовим етапом формування товарної стратегії є прийняття стратегічного управлінського рішення щодо вибору нової продукції, виробництво якої буде ефективним для підприємства. Для цього використовуються не тільки кількісні методи, але і знання багатьох фахівців, системно-аналітичні дослідження, методи моделювання. Універсальним математичним інструментом для цього є метод аналізу ієрархій [1].

Результати порівняльного аналізу методів вибору рішень показали, що метод аналізу ієрархій може бути використаний як інструмент системного підходу до прийняття рішення складних бізнес-проблем, так як дозволяє підібрати такий варіант рішення, який більше підходить підприємству з точки зору його розуміння і вимог до даної проблеми. Метод аналізу ієрархій структурує і раціоналізує складну проблему у вигляді ієрархії. Кореневим елементом ієрархії є поставлена мета, нижче перераховуються критерії, за якими в подальшому буде здійснено вибір рішення. Наступним рівнем є перерахування обраних альтернатив. Після побудови ієрархії визначаються пріоритети її елементів за допомогою методу парних порівнянь: виділяються матриця порівнянь критеріїв та матриці порівнянь альтернатив за критеріями. Далі проводиться перевірка суджень на узгодженість (кожне судження має дотримуватися необхідна умова - ставлення узгодженості має бути менше або дорівнює 0,1). Результатом застосування методу аналізу ієрархій є кількісна оцінка альтернатив, вибраних підприємством. Чим вище оцінка альтернативи, тим дана альтернатива краще для вирішення поставленого завдання [3].

Застосуємо метод аналізу ієрархій для вибору овочів, які користуються великим та стійким попитом на прикладі ТОВ «АФ Україна» Мелітопольського району Запорізької області. Порядок застосування методу аналізу ієрархій для ТОВ «АФ Україна» полягає в наступному:



- визначення оціночних критеріїв для вибору видів овочів;
- побудова якісної моделі проблеми у вигляді ієрархії, що включає мету, альтернативні варіанти досягнення мети і критерії для оцінки якості альтернатив;
- формування матриць парних порівнянь для всіх рівнів ієрархії: матриць парних порівнянь критеріїв одного рівня між собою, критеріїв нижнього рівня щодо критеріїв вищого рівня і альтернатив щодо критеріїв;
- обчислення векторів локальних пріоритетів для кожної матриці парних порівнянь;
- оцінка ступеня узгодженості матриць парних порівнянь;
- визначення локальних пріоритетів альтернатив за критеріями;
- синтез глобальних пріоритетів альтернатив шляхом лінійної згортки пріоритетів елементів на ієрархії і прийняття рішення на основі отриманих результатів.

У якості альтернатив будуть виступати наступні критерії, які впливають на попит – смакові якості, екологічність, вітчизняний виробник, свіжість продукції, ціна. В результаті вихідна задача може бути представлена у вигляді наступної ієрархії (таблиця 1).

Таблиця 1

Вихідні дані для аналізу ієрархій

Критерії		Альтернативи	
K1	Смакові якості	A1	Помідори
K2	Екологічність	A2 -	Огірки
K3	Вітчизняний виробник	A3	Капуста
K4	Свіжість продукції	A4	Цибуля ріпчаста
K5	Ціна		

Джерело: власні дослідження

За допомогою методу аналізу ієрархій визначили, що найбільш важливими критеріям при виборі овочевої продукції споживачами є свіжість, ціна та смакові якості.

Сформувавши з отриманих нормованих власних векторів матриць попарного порівняння альтернатив матрицю, помноживши її на власний вектор матриці попарного порівняння критеріїв щодо головного критерію, і пронумерувавши отриманий вектор в результаті отримали значення: 0,365; 0,280; 0,182; 0,093 (таблиця 2).

Таблиця 2

Результати аналізу ієрархій

Продукція	K1	K2	K3	K4	K5	Вектор глобального пріоритету
Помідори	0,23	0,21	0,20	0,27	0,19	0,280
Огірки	0,42	0,31	0,29	0,29	0,61	0,365
Капуста	0,12	0,27	0,21	0,14	0,06	0,182
Цибуля ріпчаста	0,10	0,21	0,17	0,12	0,01	0,093

Отже, в результаті застосування методу аналізу ієрархій визначили, що найбільш конкурентоспроможною та рентабельною продукцією ТОВ «АФ Україна» є огірки та помідори.

*Список використаних джерел:*

1. Гуменюк А.В. Маркетинг в овочівництві / А.В. Гуменюк // Економіка АПК. – 2011. – № 10. – С. 60–63.
2. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва/ Н.О. Шквиря // Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. форуму. – Мелітополь: ТГАТУ, 2019. – С.67-71.
3. Шквиря Н.А. Применение метода анализа иерархий для выбора стратегического управленческого решения / Н.А. Шквиря // Сборник материалов докладов Международной научно-практической конференции «Моделирование в технике и экономике», 23-24 марта 2016г., г. Витебск – С. 455 – 457.

**Воінкова А. О.,** студентка

**Науковий керівник: Колосок А. М.,**

к.е.н., доцент

Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Зарубіжна практика діяльності бізнес-структур в ринкових умовах засвідчує, що кінцевою ціллю стратегічного планування має бути сталий розвиток підприємства, що включає не лише отримання прибутків, а й розширення виробництва, покращення соціального захисту працюючих, розбудову місцевої інфраструктури, тощо. Тому, надзвичайно актуальним є використання стратегічного планування з метою адаптації підприємства до мінливих ринкових умов, забезпечення його успішного функціонування та комплексного розвитку в рамках певної громади.

Нині дана проблема детально висвітлюється в наукових працях таких вчених, як В. П. Биховченко, С. М. Бондаренко, В. В Жихарева, М. С. Крочак, Л. Г Ліпич, Л. В Олійник, О. О. Орлова, З. Є. Шершньова, та вчених з країн ближнього зарубіжжя: О. С. Віханський, В. С. Єфремов, А. Б.Ідрісова, Т. П. Любанова, Р. А. Фатхутдінов тощо.

Проте у сучасних умовах гіперконкуренції та надзвичайної динамічності змін зовнішніх факторів середовища діяльності підприємства, підходи щодо формування і реалізації раціональної стратегії для конкретного бізнесу мають бути адаптивними та швидко змінюватись в залежності від чинників впливу. Тому питання формування та реалізації стратегії бізнесу є надзвичайно актуальним та потребує подальшого дослідження в контексті конкретного підприємства.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «Ентепрайз».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти процесу стратегічного планування в умовах економічної невизначеності.

Метою дослідження є обґрунтування методологічних і практичних рекомендацій щодо формування та реалізації стратегії розвитку досліджуваного підприємства.

Відповідно до мети поставлені наступні завдання:

- визначити сутність категорій «стратегія», «стратегічне планування», «стратегія розвитку»;
- систематизувати й узагальнити методи та інструменти стратегічного планування;
- дослідити зарубіжний досвід формування та реалізації стратегії підприємства;
- здійснити загальну характеристику виробничо-господарської діяльності ТОВ «Ентепрайз»;
- дослідити та обґрунтувати стратегію розвитку ТОВ «Ентепрайз» відповідно до сучасних умов його функціонування у ринковому просторі;
- розробити пропозиції щодо удосконалення системи стратегічного планування на досліджуваному підприємстві.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України; дані Державної служби статистики України; фінансова звітність підприємства; Internet-ресурси; монографічні та періодичні видання; власні аналітичні розрахунки. Аналізування отриманих даних проводилось із застосуванням сучасних інформаційних комп'ютерних технологій.

Аналіз принципів і методів розробки і реалізації стратегії в системі менеджменту підприємства дозволяє встановити, що стратегічне управління - це процес прийняття (планування) і реалізації стратегічних рішень (оперативне управління), основою якого є формування стратегії розвитку, розробленої на основі співставлення власного ресурсного потенціалу підприємства з потенційними можливостями і загрозами зовнішнього ділового середовища, в якій функціонує підприємство.

До пріоритетних напрямів вдосконалення стратегічного планування на ТОВ «Ентепрайз» відносяться: приділення уваги соціальній складовій стратегічного планування (створення умов праці, що сприяють високій продуктивності праці та ефективності); індивідуалізація стратегічного планування, недопущення шаблонів, розроблення планів під конкретні проекти; використання передового програмного забезпечення по стратегічному плануванню; деталізація стратегічного плану, за чітко за визначеною структурою; розроблення стратегічних планів, із врахуванням інтересів та побажань керівництва, працівників підприємства та місцевої громади; приділення значної уваги інноваційній складовій (впровадження нових технологій виробництва, модернізація та реконструкція потужностей підприємства, застосування нових видів вискоєфективного обладнання); професійне навчання майбутніх спеціалістів.

Вважаємо, що врахування вищезазначених факторів допоможе підприємству не тільки повернути свої позиції на ринку, але і значно їх розширити, вийти на новий якісний рівень виробництва та надання послуг.

### **Список використаних джерел:**

1. Биховченко В. П., Марченко К. Л. Вітчизняний та зарубіжний досвід формування та реалізації фінансової стратегії підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 18. С. 439-442.
2. Бондаренко С. М., Готь О. Я. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Ефективна економіка. № 6. 2017.
3. Бортнік С. М., Маленицький Д. С. Забезпечення конкурентної стратегії підприємства та підходи щодо її вивчення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. № 7. С. 40-44.
4. Жихарева В. В., Савельєва Т. М. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності. Економіка і суспільство. 2017. №9. С. 423-427.
5. Крочак М. С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2017. №1(7). С. 85-90.
6. Олійник Л. В., Кузнєцова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. Економіка і організація управління. 2018. № 3 (31). С. 118-126.

**Гадючко Д.О., студент**  
**Науковий керівник: Гусаковська Т.О,**  
к.е.н., доцент ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ»,  
м. Полтава, Україна

## **УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ**

Процес управління збутом продукції вибудовується і функціонує відповідно до обраної збутової політики підприємства малого бізнесу. Збутова політика спрямована на вирішення питань, пов'язаних з доопрацюванням вироблених товарів, їх зберіганням і транспортуванням, оформленням угод та проведенням розрахункових операцій. Також збутова політика забезпечує інформування споживачів про підприємство та товар, і отримання даних про стан справ на ринку.

Процес управління збутом – це сукупність елементів, взаємозв'язаних один з одним для оптимізації управління товарними запасами підприємства малого бізнесу. До елементів, з яких процес управління збутом складається, відносяться суб'єкти, об'єкти, методи і функції, за допомогою яких підприємство малого бізнесу підвищує результативність збутової діяльності [2, с. 94].

Ефективне управління процесом збуту приносить підприємству малого бізнесу збільшення обсягу продажів, зростання прибутку та стабільність на ринку. Процес управління збутом продукції вирішує як стратегічні, так і тактичні завдання. До стратегічних завдань відноситься все, що пов'язано з формуванням, вибором і організацією каналів збуту, вибір прямого або непрямого типу збуту продукції, визначенням кількості посередницьких ланок на шляху від виробника до кінцевого споживача, логістикою і проведенням маркетингових заходів, що супроводжують товар на шляху до споживачів.

Тактичні завдання, які вирішує система управління збутом, пов'язані із залученням нових покупців, оптимізацією діяльності комівояжерів (торгових

представників), підтриманням належного рівня товарних запасів, презентаціями та іншими заходами, що стимулюють збут, а також з обліком і контролем обсягів продажів і рівня цін для одержання можливості оперативного реагування шляхом проведення необхідних маркетингових заходів.

З організаційної точки зору система управління збутом має своїм суб'єктом відділи, структурні підрозділи підприємства малого бізнесу і фахівців, які виконують управлінські функції у сфері збуту, які сприяють як розробці, так і реалізації збутової стратегії підприємства. Цікаво відзначити, що якщо раніше збутові стратегії формувалися, маючи в якості орієнтира інтереси підприємства малого бізнесу, то сьогодні успіх може принести тільки орієнтація на потреби покупців: занадто велика конкуренція на сучасних ринках збуту, щоб неухважно ставитися до потреб споживачів [1, с. 87].

Об'єктами управління процесом збуту є канали збуту, ціноутворення, споживчий попит – всі елементи комплексу маркетингу. Функцій системи управління збутом дуже багато, розглянемо основні з них, які можна об'єднати в три групи:

1. Функції планування (розробка перспективних та оперативних планів продажу, аналіз і оцінка кон'юнктури ринку, формування асортиментного плану виробництва за замовленнями покупців і вибір каналів розподілу та товароруку).

2. Функції організації (організація складського і тарного господарства для готової продукції, продажів і доставку продукції споживачам, каналів товароруку і розподільчих мереж, проведення рекламних кампаній і заходів щодо стимулювання збуту).

3. Функції контролю і регулювання (оцінка результатів збутової діяльності, контроль за виконанням планів збуту, оцінка і стимулювання діяльності збутового апарату) [3, с. 66].

Оскільки, управління процесом збуту продукції на підприємстві малого бізнесу являє собою складну структуру, то існують різні канали збуту продукції, основними з яких є два:

а) прямі (нульові канали збуту) – коли виробник безпосередньо здійснює комплекс завдань по дистрибуції своєї продукції. Наприклад, продаж з заводу поштою або через мережу фірмових магазинів;

б) непрямі (непрямі), коли задіяно більше або менше посередників, тому ланцюжки можуть бути довгими чи короткими. Коротким прийнято називати ланцюжок, де між виробником і кінцевими споживачами існує тільки один посередник. Довгий ланцюжок включає більше одного посередника. До прямих каналів відносяться такі, в яких переміщення продукції організовано на основі прямих договорів між виробниками і споживачами, тобто, без залучення посередницьких організацій. Споживачами можуть бути як окремі особи, так і організації, які закупають товари для задоволення своїх корпоративних потреб.

Використання посередницьких ланок вигідне, перш за все, самим виробникам, оскільки відбувається скорочення кількості зв'язків (комунікаційних, транспортних тощо) і контактів, які опосередковують реалізацію продукції.

Таким чином, основне завдання управління процесом збуту продукції на

підприємстві малого бізнесу в загальній системі управління – вибір найбільш ефективних каналів і методів збуту стосовно до певних умов ринків, використання яких дозволяло б досягати найбільшу ефективність процесу реалізації товару, дотримання інтересів, як виробника, так і споживача продукції на стадії її реалізації.

**Список використаних джерел:**

1. Болт Г. Дж. Практичний посібник з управління збутом. Москва : Економіка 2001. 209 с.
2. Котлер Ф. Управління маркетингом. Київ : Економіка. 2014. 360 с.
3. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоурі Ф. Основи менеджменту. Харків : «Справа, 2011. 700 с.
4. Скотт Д. Г. Вчіться ефективно продавати і керувати збутом. Київ : Хвиля-Прес, 2015. 119 с.

**Гайдук І. В.**, студентка 2 курсу, гр..МН01-18-1,  
**Науковий керівник: Альошина Т.В.**, к.е.н.,  
доцент кафедри менеджменту  
Національна металургійна академія України,  
м. Дніпро, України

## **РЕІНЖИНІРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМТСТВА**

Економічна ситуація сьогодення вимагає від управлінців пошуку нових способів організацій у більш ефективні системи, які вирізняються високою швидкістю реакції й орієнтації на запити споживача. Функціонування такої системи не можливе без координування взаємодії пов'язаних між собою бізнес-процесів. Саме тому, особливої актуальності набуває перепроєктування або радикальна перебудова бізнес – процесів за допомогою реінжинірингу.

Питанням реінжинірингу присвячені праці таких вітчизняних й закордонних дослідників, як : М. Робсон, Ф. Уллах, П. Страсман, А. Стрікленд, Т. Давенпорт, С. Кисельов, Е. Ойхман, Попов Е., К. Волков, Е. Зиндер, А. Забулонов, А. Бородін, О. Виноградова, Т. Данько, В. Пономаренко, Т. Норберт, А.Биков.

Реінжиніринг процесів підприємства можливий за умови використання процесного підходу. Під процесним підходом до управління діяльністю організації розуміють орієнтацію діяльності організації на бізнес-процеси. Саме тому, від того, наскільки ефективні бізнес-процеси організації, залежить успіх бізнесу в цілому. Основними структурною одиницями процесного підходу є бізнес-процеси. [3,с.41]

Бізнес-процес - це логічний, послідовний, взаємопов'язаний комплекс заходів, який споживає ресурси, що створює цінність і дозволяє отримати певний позитивний результат. [3,с.42]

Бізнес-процеси, що існують в організації ділять на чотири групи, кожна з яких має свої відмінні особливості (рисунок 1.1)

Управління бізнес-процесами націлене на виконання якісного обслуговування споживачів (клієнтів). Зниження ефективності останніх потребує певних змін з використання методики реінжинірингу.

Відповідно до визначення основоположників реінжинірингу бізнес-процесів М. Хаммера і Д.Чемпі, останній розуміють, як «фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів для досягнення корінних поліпшень в основних показниках діяльності організації»[2,с.266].

Застосування реінжинірингу необхідне за умови, якщо:

- підприємство знаходиться в глибокій кризі;
- поточний стан підприємства може бути визнаний задовільним, проте прогнози її діяльності є несприятливими;

з метою посилення позицій на ринку у порівнянні з найближчими конкурентами та створення унікальних конкурентних переваг.

Метою реінжинірингу бізнес-процесів є цілісне і системне моделювання та реорганізація матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, спрямована на спрощення організаційної структури, перерозподіл і мінімізацію використання різних ресурсів, скорочення термінів реалізації потреб клієнтів, підвищення якості їх обслуговування.

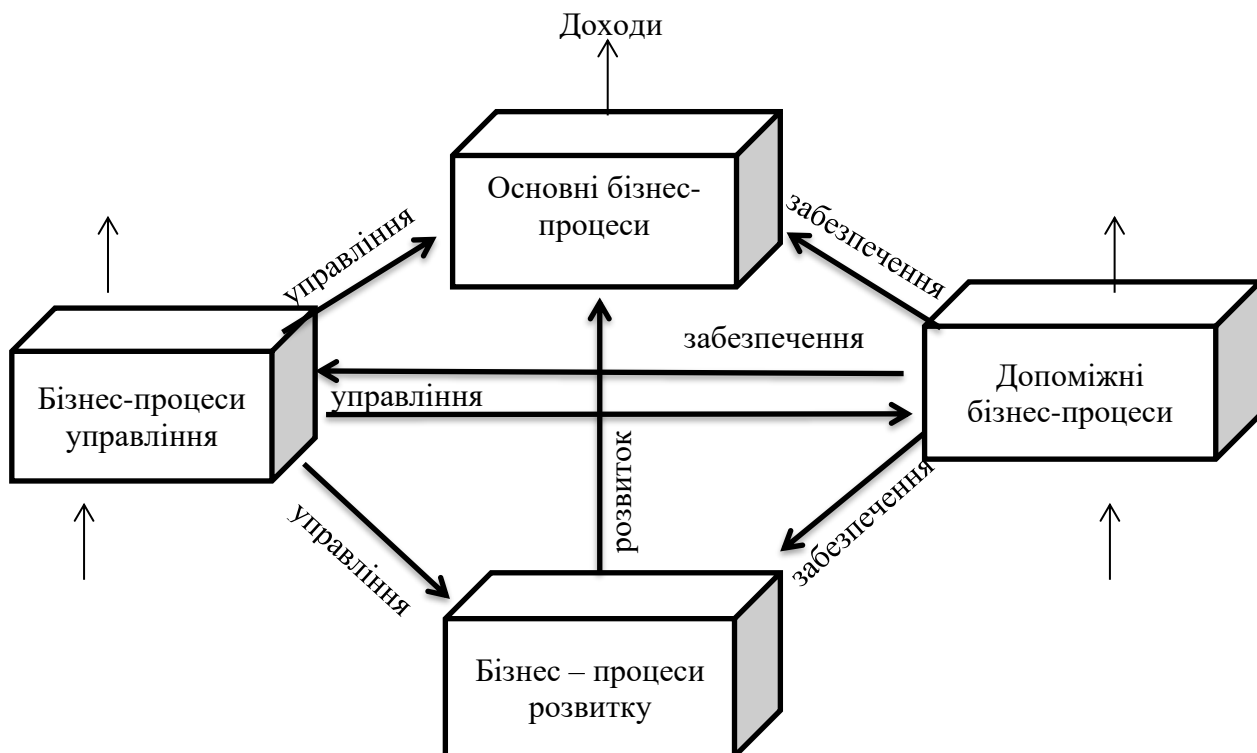


Рисунок 1.1 Класифікація бізнес - процесів [3,с.50]

Таким чином, перепроєктування сукупності взаємопов'язаних бізнес-процесів організації передбачає проведення трудомісткої роботи по їх моделюванню і подальшого перетворення. Як правило, роботи по бізнес-реінжинірингу проводяться не менше ніж протягом одного року та за визначеними етапами.

Важливим елементом радикальних перетворень є підтримка колективом проекту реінжинірингу бізнес-процесів та дружня атмосфера співпраці. Співробітники повинні чітко оцінювати проблеми, які заважають бізнесу та необхідність втілення в життя проекту реінжинірингу.

**Список використаних джерел:**

1. Гончарова О.М. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення ефективності управління [Текст]/ Гончарова О.М// Ефективна економіка - 2012.-№2.-3 с.
2. Іпполітова І.Я. Ефективність здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві [Текст]/ Іпполітова І.Я// Глобальні та національні проблеми економіки – 2016.-№ 13.-С.264-270.
3. Фролова Л. В. Формирование бизнес-модели предприятия [тескт] Учебник. / Л. В. Фролова, Е. С. Кравченко - К.: Центр учебной литературы, 2012. - 384 с.

**Грінченко Р.В.**, к.е.н., доцент  
Одеський національний економічний  
університет, м.Одеса, Україна

## **ГЛОБАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ: СУТНІСТЬ ТА ВІДМІННОСТІ**

Сучасні світові напрацювання у сфері управління підприємствами базуються на основних теоретичних концепціях управління. Найбільш відомими концепціями управління є Глобальне Управління Якістю (Total Quality Management) та Реінжиніринг бізнес-процесів (Business Process Reengineering).

Управління якістю є розповсюдженою концепцією управління завдяки усвідомленню підприємствами необхідності формування власної філософії якості. На сучасному етапі розвитку світової економіки без управління та постійного вдосконалення якості продукції та послуг неможливе ефективне функціонування підприємств. Але управлінням якістю підприємствам потрібно займатись і всередині самого підприємства, для комплексного підходу, здатного вивести підприємство на новий рівень розвитку. Основними похідними концепціями управління якістю є програма Е. Демінга, TQM/TQC, стандарти якості ISO 9000, філософія “Кайдзен” та інші. Усі концепції управління якістю базуються на необхідності безперервного поліпшення якості процесів у діяльності підприємства для досягнення загальних показників якості.

Найвидатніші здобутки у сфері глобального управління якістю належать Е. Демінгу, який сформував теоретичні засади “петлі якості” або інакша назва “колесо Демінга” – PDCA (Plan-Do-Check-Act). Така петля або спіраль якості є основою Глобального управління якістю. Тобто при такому підході управління базується на періодичному повторенні планування, реалізації, перевірки та реакції на результати попередніх етапів. При такому підході пропонується постійний аналіз та керування системами забезпечення якістю на підприємстві.

Поява стандартів ISO 9000 є продовженням та наступним витком розвитку концепції Глобального управління якістю. Проте слід зазначити, що вищезазначені стандарти спрямовуються на врегулювання взаємовідносин між



виробником та споживачем. Глобальне управління якістю спрямоване на саме підприємство.

Існує 14 базових постулатів, за думкою Е.Демінга [1], на яких повинна будуватись система управління якістю підприємства. Дані постулати необхідно враховувати при формуванні механізму управління адаптацією підприємства до змін:

- Постійна мета підприємства концентрується на покращенні якості продукції та послуг. Тобто неможливо вдосконалити якість сьогодні та не займатись цим на підприємстві завтра.

- Абсолютна неприпустимість невідповідностей на підприємстві. Ретельна перевірка результатів виробництва продукції та послуг зменшує можливості виникнення невідповідностей.

- Виключення залежності масового контролю якості. Акцент ставиться не на постійному контролі якості виготовленої продукції або послуг, а на удосконаленні самого процесу виробництва продукції або послуг.

- При закупівлі не керуватись тільки рівнем ціни.

- Удосконалення якості повинно відбуватись у кожному процесі.

- Навчання удосконаленню якості повинно відбуватись для всіх працівників, у тому числі й керівництва підприємством.

- Впровадження нових методів керівництва. Даний постулат спрямований на постійне вивчення та удосконалення методів керівництва, що застосовуються на підприємстві.

- Зменшення рівня страху працівників при наданні пропозицій керівництву щодо підвищення рівня якості на підприємстві, впровадження системи анонімного збору такої інформації.

- Зменшення рівнів лінійних зв'язків на підприємстві, руйнування застарілих зв'язків.

- Деталізація методів, способів та засобів підвищення рівня якості для кожного працівника на підприємстві. Тобто процес підвищення якості повинен бути зрозумілим та прийнятним для кожного.

- При формуванні планів із підвищення рівня якості виключати кількісні показники, більше застосовувати опис очікувані із рівня якості.

- Підвищувати рівень задоволеності працівників рівнем своєї кваліфікації та можливим впливом на кінцеві показники рівня якості.

- Стимулювання та мотивація підвищення кваліфікації працівників, рівня освіти та сприяння самовдосконаленню.

- Окреслювати зобов'язання керівництва з управління якістю на підприємстві. Чіткі критерії та обов'язки повинні стимулювати та прозоро висвічувати результати управління якістю на підприємстві з боку його керівництва.

Тобто сутнісні характеристики Глобального управління якістю можна обмежити вищенаведеними основними постулатами.

Однією із перших теоретичних концепцій, яка набула також широкої світової популярності, є концепція реінжинірингу бізнес-процесів (Business

Process Reengineering). Розглянемо основні визначення сутності концепції реінжинірингу бізнес-процесів.

Засновниками концепції реінжинірингу бізнес-процесів є вчені М. Хаммер та Дж. Чампі [2, с. 59], які вважали, що : “реінжиніринг - це фундаментальне переосмислення та радикальне перепроєктування господарських процесів підприємства для досягнення корінних змін в основних актуальних показниках їх діяльності: вартість, якість, послуги та темпи”. Тобто автори концепції наголошують на фундаментальних засадах здійснення реінжинірингу бізнес-процесів з метою здійснення корінних змін, а також акцентують увагу тільки на чотирьох основних показниках діяльності підприємства, що підлягають корінним змінами – вартість, якість, послуги та темпи. Такий підхід дещо звужує сутність реінжинірингу бізнес-процесів, який здійснюється підприємствами у сучасних умовах.

Слід зауважити, що концепцію реінжинірингу бізнес-процесів деякі автори відносять до складової загальної Концепції вдосконалення бізнес-процесів (Business Process Improvement), що поєднує у собі наступні чотири підходи [3]:

1. Методика швидкого аналізу рішень (FAST-Fast Analysis Solution Technology);
2. Бенчмаркінг;<sup>[1][2]</sup>
3. Перепроєктування (концентроване покращення);
4. Реінжиніринг бізнес-процесів (Business-process Reengineering).

Орієнтація на процеси є сутнісною характеристикою процесного підходу до управління підприємством. Проте слід наголосити, що реінжиніринг бізнес-процесів повинен мати основну головну мету здійснення таких кардинальних змін на підприємстві, тобто для впровадження реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві повинні скластися такі умови діяльності, які вимагають кардинальних, радикальних змін. Найскладнішим елементом у цій системі, на нашу думку, виступає відмова від застарілих схем та правил здійснення роботи. Опір змінам є основною перешкодою впровадження реінжинірингу бізнес-процесів на підприємствах. Тому при впровадженні реінжинірингу бізнес-процесів на підприємствах доцільно розробляти підходи до управління опору змінам з боку персоналу, стимулюючи та мотивуючи персонал такими підходами до досягнення основної мети реінжинірингу бізнес-процесів. Суттєвої різниці набуває творче використання інформаційних технологій та нових методів. Здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві сьогодні неможливе без впровадження новітніх інформаційних технологій, методів, засобів. Тому така ознака є вже частиною сутнісної характеристики процесу реінжинірингу бізнес-процесів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007. 370 с.
2. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / Пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2007. 288 с.
3. James Harrington. Business process improvement / McGraw-Hill, 1991.

**Громова О. Є.**, к.е.н., доцент  
**Іванчик Т. О.**, студентка, **Андрощук М.О.**, студент  
Вінницький торговельно-економічний  
інститут КНТЕУ, м. Вінниця, Україна

## **ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Світова економіка перебуває у стані постійних змін, що є наслідком різноманітних політичних, суспільних і економічних процесів. Вона постійно адаптується до нових умов. В часи доіндустріальних економічних відносин на першому місці був аграрний сектор національного ринку, що вимірювався сільськогосподарською продукцією, поставленою на експорт. На зміну доіндустріальній моделі прийшла індустріалізація, яка характеризувалася підвищенням виробничих потужностей деревопереробної і металургійної промисловостей. Це призвело до масового переселення людей з сільської місцевості у міста. На зміну індустріалізації прийшов постіндустріальний етап економічного розвитку. Однією з його основних рис було розширення сфери послуг та інформатизація більшості сфер діяльності людей. Проте недостатній рівень соціально-економічної стабілізації цієї моделі розвитку спричинив необхідність пошуку нових механізмів розвитку національної економіки. Таким чином світова спільнота підійшла до неоіндустріалізації економіки.

Проблеми неоіндустріального розвитку економіки досліджено у працях Амоша А. І., Збаразської Л. О., Котова Є. В., Романової О. А., Чабанова О. та інших науковців.

Певні історико-політичні умови спричинили запізніле формування неоіндустріальної економічної моделі України порівняно з країнами Західної Європи. Особливо це стосується деревообробного промислового сектору. Тому дослідження цієї проблеми є особливо актуальним за умов сучасного розвитку національного ринку.

За даними Держслужби статистики України, підприємства деревопереробної промисловості у 2017-2018 роках становили близько 10% від усіх офіційно зареєстрованих компаній інших промислових секторів. Це на 20% менше, ніж у будівельній галузі, на 15% менше, ніж у транспортній і на 47% менше, ніж в оптовій і роздрібній торгівлі. Показники за період з 2014 по 2016 роки вказують на поступову дестабілізацію деревопереробного промислового сектору на ринку України [1].

Загальна динаміка розвитку деревопереробної промисловості за умов неоіндустріальної економіки показує, що вона потребує впровадження нових шляхів просування.

Зокрема, Збаразська Л. О. зазначає, що на сучасному етапі економічного розвитку українська деревопереробна промисловість усе ще користується малоефективними технологічними процесами обробки сировини, що призводить до великої кількості виробничих відходів [2, с. 11-13]. Ми вважаємо, що

впровадження сучасних комп'ютерних систем у процес первинної і вторинної обробки деревини дозволило б позитивно вплинути на вирішення цього питання.

Котов Є. С. наголошує на іншій причині погіршення стану деревопереробної промисловості – зменшення кількості держзамовлень, спричинене збільшенням частки імпорту на ринку України готової продукції з дерев'яних матеріалів гіршої якості. Через вищу ціну національний промисловий сектор просто не в змозі конкурувати з іноземними компаніями [3, с. 64]. Як наслідок, вітчизняні виробники вимушені шукати ринки збуту за межами України, де критерій високої якості нічим не поступається ціні. Ми вважаємо, що для вирішення цієї проблеми, підприємства деревопереробного промислового сектору мають краще захищатися на національному ринку та отримувати відповідну правову й фінансову підтримку.

На думку Романової О. А., значне зменшення кількості державних підприємств може негативно вплинути на розвиток цілого промислового сектору [4, с. 61]. У першу чергу це пов'язано з тим, що приватні підприємства є менш захищеними перед економічними кризами та дестабілізацією суспільно-політичної ситуації в межах країни.

Отож, неоіндустріальна модель розвитку економіки лише починає стабілізуватися на просторах України, що є наслідком суспільно-політичних процесів упродовж усього періоду становлення української держави. Проблеми розвитку промисловості загалом та деревопереробного промислового сектору в цілому в межах «нової економіки» є не достатньо вивченими, що актуалізує подальші дослідження у цьому напрямку.

*Список використаних джерел:*

1. Державна служба статистики України: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Збаразська Л. О. Неоіндустріалізація в Україні: концепт національної моделі / Л. О. Збаразська // Економіка промисловості. – 2016. – № 3 (75). – С. 5–32.
3. Котов Є. В. Оцінка перспектив неоіндустріальної модернізації промислового регіону / Є. В. Котов, Іванов С. В. // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 1. (30) – С. 61–70.
4. Романова О. А. Формирование теоретической платформы как системной основы промышленной политики в условиях новой индустриализации / О. А. Романова, Н. Ю. Бухвалов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014 – № 2(32) – С. 53–66.

**Громова О. Є.**, к.е.н. доц.

**Коваленко Д. О.**, магістр

Вінницький торговельно-економічний інститут  
КНТЕУ

**Мусієнко О. Л.**, ст. викладач

Вінницький фінансово-економічний  
університет

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ**

У сучасній економіці на перший план виступає завдання управління не стільки споживчим попитом, скільки балансом потреб всіх учасників ринку з

позиції загальних, економічних і соціальних інтересів – з очевидною метою зменшити економічну напругу між споживачем і виробником. Інтернет стає основним каналом комунікації зі споживачем, а інтернет-маркетинг – основним інструментом розвитку споживчого ринку і виникає необхідність дослідження особливостей електронного маркетингу.

Інтернет-маркетинг розвивається швидкими темпами, поступово удосконалюючи якісну сутність та форми проявів онлайн діяльності, а також змінюючи управлінську направленість, пріоритети і підприємницьку поведінку суб'єктів ринку. Проте на сьогоднішній день інтернет-маркетинг сприймається переважно як об'єднання двох основних складових: сукупності маркетингових інструментів онлайн просування та сукупності технічних методів просування в мережі Інтернет. Той факт, що більшість фахівців в даній галузі зводять розуміння цього поняття лише до процесу просування будь-яких товарів або послуг в Інтернеті, або трактують його ще більш вузько: як рекламу у всесвітній мережі, або ще вужче – виключно як банерну рекламу, не дозволяє реально обґрунтувати і пояснити потенціал інтернет-маркетингу у сучасному підприємстві.

У глобальній мережі з кожним днем з'являється все більше різноманітних суспільних груп та груп по інтересам (ком'юніті, форуми, блоги), де спілкуються маркетологи, спеціалісти з маркетингу, паблік рилейшнс (PR), рекламного просування, намагаючись зрозуміти основні тенденції переходу фізичного бізнесу до віртуального простору та домовляючись про норми та правила інтернет-маркетингу. Ці процеси є найяскравішим свідомством того, що сучасне економічне суспільство гостро потребує запровадження будь яких форм офіційного теоретично-методологічного забезпечення стосовно правил, норм, логічно-наслідкових зв'язків та наукових підручників і практичних тренінгів які організують хаотичні процеси економічного Інтернет спілкування в єдину універсальну систему знань та вмінь.

У світовій практиці інтернет-маркетинг сприймається як цілий комплекс дочірніх галузей, що включають не тільки банерну рекламу і public relations, а й методики проведення маркетингових досліджень в інтернеті, зокрема, вивчення попиту та споживчої аудиторії, освоєння 112 алгоритмів формування і забезпечення високої ефективності рекламних кампаній, способів правильного позиціонування торгової марки на ринку, а також багато іншого.

Для ефективної реалізації потенціалу інтернет-маркетингу в Україні, насамперед, слід визначити сутність та специфіку здійснення управлінських заходів, направлених на реалізацію практичних завдань маркетингового управління, онлайн. По-перше, Інтернет має унікальні характеристики, що значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингової діяльності. Так, однією з основних властивостей мережі Інтернет є її багатомірна медійна природа, яка характеризується високою ефективністю в поданні та засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості маркетингового впливу в механізмі посилення взаємозв'язку підприємств і споживачів.

По-друге, в контексті можливостей інтернет-маркетингу, розширюється ареал інформаційно-комунікаційних можливостей, що створює унікальні і практично безмежні умови для реалізації управлінських рішень різного рівня, комбінації та глибини проникнення. Так, товарна політика може включати в себе одночасно: опис та аналіз маркетингового оточення товарів, інструменти оперативного дослідження споживчих мотивацій (зокрема, шляхом проведення онлайн опитувань, урахування інтенсивності реакцій споживачів, кількості відвідувань сайту тощо), елементи розробки нових товарів та сервісного обслуговування та інше. Водночас, інтерактивна комунікація дозволяє скорегувати цінову політику, сформуванню еластичну систему ціноутворення. У сфері збутової політики, в свою чергу, не лише відповідає за реалізацію товару через Інтернет, але й за забезпечення можливості оплати через глобальну мережу.

Але найважливішими складовими інтернет-маркетингу, що відрізняють його від будь-яких інших видів маркетингової діяльності є можливість інтерактивних маркетингових досліджень, що включають вивчення ринків, споживачів та конкурентів, та комунікативна політика, що, завдяки глобальному поширенню та популярності Інтернету серед населення всього світу, дає будь-якому бізнесу унікальні нові можливості (формування систем інтернет-комунікацій, проведення рекламних кампаній, організацію збуту, онлайн формування брендів та ін.). Крім того, роль, виконувана Інтернетом, не обмежуються тільки комунікативними функціями, а також включає в себе можливість укладання угод, здійснення покупок і проведення платежів, надаючи йому риси глобального електронного ринку. І, враховуючи всі реальні можливості інтернет-маркетингу, можна впевнено сказати, що перехід реального бізнесу до віртуального простору, не лише в світі, а й в Україні, є лише питанням часу та рівня знань.

#### *Список використаних джерел:*

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебн. пособ. М.: ИНФРА-М : НФПК, 2015. 803 с.
2. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ, 2015. 612 с.
3. Бойчук І. М., Харків П. С., Хопчан М. І. Економіка підприємств: навч. посіб. Львів, 2017. 210 с.
4. Заяць Т. А., Тарлопов І. О., Пилипенко О. О. Управління маркетингом на підприємстві: навч. посіб. Донецьк, 2016. 252 с.

**Дегтяренко В.І., Стогній К.О.,** студентки  
**Науковий керівник: Підкамінний І.М.**  
канд. екон. наук, доцент  
Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ, Україна

## **ЗАСАДИ ТА РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ**

В останнє сторіччя проблеми екології як ніколи гостро постають перед суспільством. Активний розвиток технологій, значне збільшення обсягів

виробництва та відходів від нього, перенаселення – усе це призвело до виснаження природних ресурсів та забруднення планети. Україна не виняток: Чорнобильська катастрофа, деградація земельних ресурсів, забруднення повітря та природних вод, а також велика кількість звалищ відходів. Іще трохи – шляху назад не буде. І суспільство це розуміє. Сьогодні не лише екологи, а й політики, підприємці, знаменитості намагаються боротися з екологічними проблемами. Щорічно проводяться акції, конференції, вже знято та ще знімають відеоролики та фільми, через телебачення транслюють соціальні реклами. Було створено значну кількість сайтів, присвячених захисту екології. Це показує, що суспільство об'єдналося у пошуках порятунку планети.

З появою екологічної свідомості, змінилися пріоритети у споживачів. Дослідження показують, що споживачі готові сплачувати надбавку до ціни у розмірі 10-40%, якщо товар є чистим та екологічним. Маркетологам доводиться знаходити нові шляхи задоволення потреб споживачів, найбільш дієвими для цього є інструменти екологічного маркетингу.

Екологічний маркетинг визначається як діяльність, спрямована на розробку і реалізацію концепцій економіко-екологічного поводження підприємств, ціноутворення, просування на ринок і збут ідей, екотоварів та екопослуг, і являє собою новий концептуальний підхід, що дозволяє розробити механізми виживання в умовах екологічної кризи чи її загрози. Екологічний маркетинг дає можливість не тільки по-новому здійснювати процес стратегічного планування, але й вказує напрямки розв'язання багатьох проблем, пов'язаних з виникненням екологічних ризиків [5, с.291].

В Україні головним фактором формування ринку екологічно чистої продукції та екологічного маркетингу є процеси євроінтеграції та зобов'язання країни щодо реалізації концепції сталого розвитку. До 2030 року Україна має впровадити систему ефективного управління для забезпечення збалансованого користування природними ресурсами з урахуванням необхідності забезпечення ними прийдешніх поколінь. Для забезпечення виходу українських підприємств на міжнародні та європейські ринки державними органами влади та підприємцями мають бути передбачені здійснення заходів, що гарантують впровадження міжнародних стандартів управління довкіллям і екологічного маркування продукції, прискорення інформатизації сфери охорони довкілля та використання природних ресурсів, створення національної багаторівневої інфраструктури управління геоекоекологічними даними та загальнодержавної екологічної автоматизованої інформаційно-аналітичної системи забезпечення доступу до екологічної інформації [4, с. 8].

Основними цілями екологічного маркетингу є: економія використовуваних ресурсів, скорочення енергоспоживання при виробництві продуктів, поширення інформації про інновації, які спрямовані на захист довкілля, збільшення тривалості консультацій з екологічних питань при післяпродажному обслуговуванні, досягнення певних норм повернення, з використанням засобів «зворотного розподілу», формування у споживачів бажання купувати екотовари, задоволення екологічно-орієнтованих потреб і запитів споживачів, комерційна

вигода [3].

Функції екологічного маркетингу:

- 1) Природозахисна, фундаментальна, функція – пропагування ідеї здорової взаємодії людини, суспільства та природи;
- 2) стимулююча функція – надання розвитку процесам збереження довкілля через створення нових благ та задоволення нових потреб, пов'язаними з захистом навколишнього середовища;
- 3) функція задоволення потреб - потреба в якісному товарі/послугі, згідно з конкретною необхідністю; потреба бути частиною суспільства, що має на меті вищу, нематеріальну ідею [1, с. 7].

Навіщо ж компаніям підтримувати екологічний маркетинг? Три мотиви, які заохочують підприємців ставати «зеленими»: маркетинг, соціальна відповідальність та економічний ефект [2, с. 203]. Переваги використання концепції екологічного маркетингу – формування іміджу, приріст прибутків компанії у середньому на 15 % (за рахунок економії на сировині/відходах, збільшення ціни продукції), залучення нової аудиторії споживачів, позитивний вплив на екологічне становище.

Існує кілька причин через які підприємствам необхідно більш широко використовувати екологічний маркетинг. Наприклад:

1. Організації сприймають екологічний маркетинг як одну з можливостей, які можна використовувати для досягнення своїх цілей.
2. Організації вважають, що вони мають моральне зобов'язання бути більш соціально відповідальними.
3. Урядові структури змушують підприємства стати екологічно відповідальними.
4. Вартісні чинники, пов'язані з утилізацією або скороченням використання матеріалів змушують фірми змінити свою поведінку [5, с. 296].

Існує цілий ряд прийомів, які використовуються у екологічному маркетингу, серед них:

- 1) ідея захисту навколишнього середовища спирається на екологічно чисті матеріали, вони не тільки не шкодять людині, а й природі навколо нього;
- 2) безпечна утилізація сміття або самої продукції після використання;
- 3) впровадження нових технологій, які не тільки розширюють функціональні якості продукції або послуги, але й сприяють безпеці навколишнього середовища;
- 4) проведення акцій і заходів, приурочених до екологічних проблем або пов'язаних з ювілейними датами компанії;
- 5) впровадження замкненого циклу виробництва та дотримання правила «3R»: reducing – зменшення кількості відходів, reusing – повторне використання матеріалів, recycling – переробка відходів;
- 6) формування екологічних положень на підприємстві;
- 7) еко-спонсоринг.

Приклади компаній, що втілюють екологічний маркетинг: McDonald`s, Google, DELL, Tesla, Apple, Coca-Cola, PepsiCo, HP, Microsoft, L`Oreal, Philips,



Adidas, H&M, Toyota, LG.

Серед українських підприємств це: Монделіс Україна, Roshen, ТМ «Хортиця Органік», ТМ «Карпатський чай», Галиччина. За даними маркетингової дослідницької компанії ВЕГО «МАМА 86», частка продажів органічної продукції України поки не перевищує 1% від загального обсягу реалізації сільськогосподарської продукції. У Європі вона становить 5%, а у США понад 40%.

Держава з точки зору екомаркетингу має особливу соціальну відповідальність із створення та застосування комплексу законів, спрямованих на попередження забруднення і погіршення навколишнього середовища. У багатьох країнах у цій галузі існують чітко сформульовані нормативно-правові акти. Створення та введення податків на відходи та упаковки, які не піддаються повторному використанню, встановлення високих норм і стандартів на викиди та на пересувні відходи, стягнення податків і штрафів та застосування покарань, підвищення цим ефективності припинення діяльності підприємств, які не виконують своїх обов'язків у цій сфері.

Отже, можна зробити висновки, що екологічний маркетинг - це те, що надає підприємствам значну конкурентну перевагу і відкриває нові можливості. Не дивлячись на інтерес українських підприємств до екологічного маркетингу, на державному рівні йому приділяється недостатньо уваги. Тому головними пріоритетами для держави має бути створення об'єднаної нормативної бази з екологічних питань в сферах економічної діяльності, розвиток екологічної свідомості громадян, стимулювання та заохочення власників до використання інструментів екологічного маркетингу.

*Список використаних джерел:*

1. Блажей І. О. Екологічний маркетинг: дилема корисності / І. О. Блажей // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2016. - № 3(1). - С. 5-9.
2. Бублик М.І. Екологічний маркетинг як інструмент механізму розвитку соціо-еколого-економічної системи / М.І. Бублик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка», 2011. № 706, С. 202–207.
3. Грищенко, О.Ф. Дослідження проблем та перспектив використання зеленого маркетингу в туризмі / О.Ф. Грищенко, С.О. Косторнова // Економічні проблеми сталого розвитку – Суми, 2017. – С. 265-267.
4. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» // Відомості Верховної Ради України офіційне видання від 19.04.2019 — 2019 р., № 16, стор. 8, стаття 70.
5. Шпилик С. Екомаркетинг як інструмент поліпшення іміджу підприємства [Електронний ресурс] / С. Шпилик, В. Фалович // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2012. — Вип. 2 (7). — С. 289-298. с.291.

**Дибчук Л.В.**, к.і.н., доцент

**Бедрак О.О.**, магістрант

Вінницький кооперативний інститут,

м. Вінниця, Україна

**ФОРМУВАННЯ ЗАСАД МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Поєднання маркетингового і логістичного управління дозволяє оперативно

знаходити потреби споживачів, розробляти, виробляти і просувати на ринок продукцію для задоволення потенційного попиту з мінімальними витратами у виробничо-торгівельних ланцюгах.

Маркетинг-логістичне забезпечення діяльності підприємства має два напрями розкриття змісту: 1) маркетинг-логістичне забезпечення у якості створення і здійснення умов, що гарантують ефективну взаємодію комплексів маркетингу і логістики для забезпечення ефективної роботи підприємства [1]; 2) маркетинг-логістичне забезпечення як атрибут інтегрального інструменту менеджменту, що сприяє досягненню стратегічних, тактичних або оперативних цілей організації бізнесу за рахунок ефективного управління матеріальними і сервісними потоками, а також супутніми їм потоками інформації та фінансових коштів [2], за їх переконанням, досягається гарантія синхронного управління всіма ланками та елементами ланцюгів поставок з урахуванням взаємозв'язків та обмежень між ними. Разом з тим, така характеристика сутності маркетинг-логістичного забезпечення підприємства зводить останнє до інструменту менеджменту, не беручи до уваги інших функцій, які такий вид забезпечення виконує.

При наявності різноманітних визначень маркетинг-логістики, присутності різносторонніх її характеристик, виконуваних функцій та призначення, мають право на існування різноманітні дефініції маркетинг-логістичного забезпечення підприємств, які можуть відрізнятися як за деталізацією, так і за охопленням складових виробничо-торговельного ланцюга, виходячи із вкладеного змісту у визначення маркетингової логістики.

Зауважимо, що приділяючи увагу поняттю маркетингової логістики, Ф. Котлер визначає її як підхід, згідно з яким компанія повинна досліджувати вимоги ринку, а вже потім формувати ланцюжок поставок [3, с. 348]. Згідно з Ф. Котлером маркетингова логістика включає планування, впровадження та контроль матеріальних потоків, починаючи з пунктів походження і закінчуючи пунктами призначення, з метою задоволення потреб покупців. Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств за таким розумінням сутнісного наповнення маркетингової логістики являє собою здійснення планування, організацію, впровадження та контроль матеріальних потоків від пунктів походження до пунктів призначення для задоволення потреб покупців на основі першочергового дослідження вимог ринку з наступним формуванням ланцюжка поставок. Така дефініція маркетинг-логістичного забезпечення підприємств відповідатиме наведеному змісту маркетингової логістики. Разом з тим, адекватно до мети маркетингової логістики, маркетинг-логістичного забезпечення підприємств може трактуватися як формування середовища для здійснення та гарантування стратегічного поєднання маркетингової та логістичної діяльності у формуванні конкурентної переваги на основі ринкової орієнтації в контексті ланцюга поставок в процесі створення цінності для споживачів.

У трактуванні маркетинг-логістичного забезпечення підприємства як створенні умов та здійснення заходів, що гарантують ефективну взаємодію комплексів маркетингу та логістики задля підвищення ефективності роботи

підприємства [4], привертає увагу відсутність зв'язку з іншими управлінськими комплексами та концепціями, зокрема, корисності та менеджменту.

Водночас, потреба в базуванні маркетинг-логістичного забезпечення на концепції корисності полягає в тому, що синергічний ефект інтеграції маркетингу і логістики в управлінні підприємств відслідковується в причинно-наслідковому зв'язку, де для забезпечення стратегії конкуренції на підприємстві мають впроваджуватися (у зазначеній послідовності) стратегії маркетинг-міх, логістика-міх та корисність-міх [5]. При цьому кожна ланка ланцюга виконує свою особливу функцію у формуванні мінімальних сукупних витрат, оптимального рівня логістичного сервісу, максимальної корисності товару чи послуги для споживача і це узгоджується зі стратегічними цілями підприємства. Доповнення сутності маркетинг-логістичного забезпечення комплексом «корисність-міх» обґрунтовується й тим, що теорії, які пояснюють поведінку споживачів на рівні фірм, доводять залежність між споживчим попитом і такими об'єктивними економічними критеріями, як корисність і ціна товару. Зокрема, за теорією граничної корисності поведінка споживачів залежить від того, як задовольняються їхні потреби, яку корисність здатний забезпечити той чи інший товар. Оскільки, як показує аналіз створення корисності, продукт чи послуга забезпечують задоволення споживачеві лише у випадку доступності його там і тоді, коли виникає потреба, для досягнення такого задоволення необхідні інтегровані зусилля, як внутрішнього, так і зовнішнього характеру (з постачальниками та кінцевими споживачами). Інтегровані цілі маркетингу та логістики досягаються шляхом маркетинг-логістичного забезпечення підприємства.

З позицій маркетинг-логістичного забезпечення, виготовлений продукт має певний рівень цінності чи корисності, а інтегрована одиниця продукції коштує більше за суму окремих процесів, частин послуги чи сировину з якої виготовлений виріб. Цінність або корисність процесу, який дозволяє отримати продукт повністю готовим для споживання проявляється не корисність форми. Ймовірно, що для споживача продукт повинен мати не лише корисність форми, він також має знаходитися в потрібному місці і в точний час бути в продажу. Названі види цінностей, що додають до продукту окрім виробництва (корисність форми), відповідно називають корисністю місця, часу та володіння.

Зазначимо, що сучасні менеджери приділяють багато уваги цінності, доданої логістикою, яка забезпечує корисність місця та часу, адже підвищення корисності за рахунок часу та місця в кінці-кінців приносить компанії вищий прибуток. В той же час скорочення логістичних витрат та більш тверда маркетингова позиція, яка досягається за рахунок вдосконалення логістичної системи, дають змогу покращити підсумкові результати.

Доцільність долучення до трактування сутності маркетинг-логістичного забезпечення підприємства комплексу менеджменту засвідчується еволюцією трьох визначних наукових теорій: менеджменту, маркетингу і логістики, що являє собою сукупність вбудованих ланок за принципом «телескопічної антени» [6].

Формальна корисність забезпечується менеджментом (як результат оптимального планування й організації виробництва та контролю виробничого процесу і якості товару), корисність володіння – маркетингом, корисність часу й місця – логістикою. Точніше, логістична діяльність забезпечує корисність місця (ефективна організація транспортування та складування сировини і матеріалів від виробника до споживача) і корисність часу (управління запасами, пришвидшення товароруху), а маркетингова діяльність – корисність володіння (розроблення необхідних технічних та економічних параметрів, дизайну, упаковки, впізнавального товарного знаку, рівня якості, надання кредитних послуг тощо). Відповідно, корисність інформації та додаткового сервісу забезпечується кожною концепцією.

Опираючись на концепцію інтеграції маркетингу і логістики, вважаємо доцільним підтримати пропозицію відмови від поділу забезпечення складових корисностей на суто маркетингове чи логістичне [7]. Результат інтегрування комплексів маркетинг-тіх, логістика-тіх та менеджмент-тіх полягає в реалізації комплексу корисність-тіх шляхом його інтегрування в маркетинг-логістичне забезпечення підприємства (рис. 1).

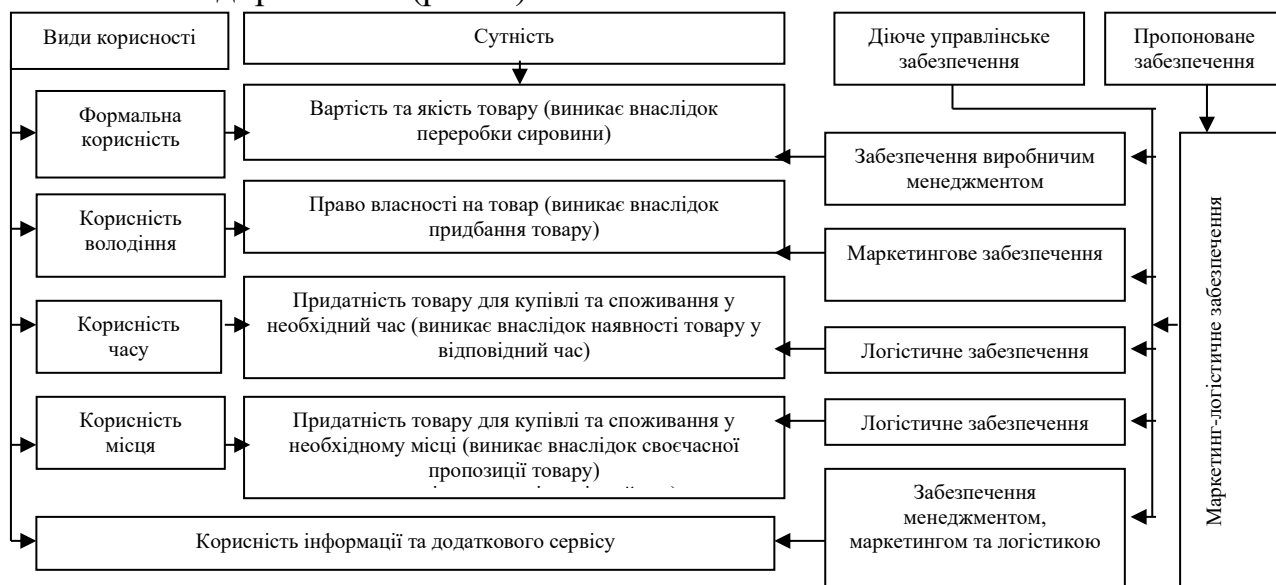


Рис.1. Маркетинг-логістичне забезпечення на основі інтегрування комплексів маркетинг-тіх, логістика-тіх та менеджмент-тіх

Формування маркетинг-логістичного забезпечення підприємства на основі інтегрування комплексів маркетинг-тіх, логістика-тіх та менеджмент-тіх створює можливість досягнення єдності формальної корисності (вартості та якості товару), корисності володіння (права власності на товар), корисності часу (величини, згідно з якою товар стає придатним для купівлі та споживання у необхідний час), корисності місця (величини, згідно з якою товар стає придатним для купівлі та споживання у необхідному місці), корисності інформації та додаткового сервісу.

Отже, впровадження маркетинг-логістичного забезпечення у господарську діяльність підприємств передбачає створення і здійснення умов, що гарантують

ефективну взаємодію комплексів маркетингу, логістики, корисності та менеджменту для ефективної діяльності суб'єктів господарювання.

**Список використаних джерел:**

1. Ковальчук С. В. Исследование состояния маркетинг-логистического обеспечения деятельности машиностроительных предприятий / С. В. Ковальчук // Сборник научных статей преподавателей и аспирантов с иностранным участием / под ред. В. Т. Денисова. – Саратов : ИЦ «Наука», 2012. – С. 52–56.
2. Огороднік О. Поняття маркетинг-логістичне забезпечення підприємства [Електронний ресурс] / О. Огороднік, Н.І. Трішкіна. – Режим доступу: <http://conf.htei.org.ua/wp-content/uploads/2016/03/Ogorodnik2.pdf>
3. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс/ Ф. Котлер – СПб.: Питер Ком, – 1999. – 914 с
4. Дибчук Л.В., Пітик О.В. Формування ринку логістичних послуг в Вінницькому регіоні / Л. В. Дибчук, О.В. Пітик // Настоящи изследвания и развитие – 2017: материалы за 13-а международна научна практична конференція, 17-25 януари , 2017 на Икономики. Том1. София. Бял ГРАД-БГ ООД. – С. 37-39
5. Тюріна Н. М. Маркетинг-логістична концепція управління підприємством / Н. М. Тюріна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – № 2. – Т. 1. – 2011.– С. 43-46.
6. Омеляненко Т. В. Операційний менеджмент: презентаційний курс [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Т. В. Омеляненко, А. В. Осокіна. – К. : КНЕУ, 2016. – 197 с.
7. Громовик Б.П. Фармацевтична логістика: питання теорії / Б.П. Громовик // Фармац. журн. – 2002 . – № 1. – С . 8 –19.

**Дибчук Л.В.**, к.і.н., доцент  
**Валевський М.І.**, магістрант  
Вінницький кооперативний інститут,  
м. Вінниця, Україна

**МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

Тривалий успіх підприємства забезпечується ефективною маркетинговою політикою, яка визначає орієнтири діяльності підприємства в конкурентному середовищі, яке постійно змінюється. В сучасних умовах маркетинг став домінуючою стратегією якій покликані слідувати всі структури підприємства [2, с.77].

Підприємства торгівлі повинні покладатися на маркетинг як на комплексний засіб спостереження за ринком і пристосування до змін, які відбуваються на ньому, та забезпечення переваг у конкурентному середовищі.

Реалізація головної мети підприємств торгівлі у значній мірі залежить від ступеня ефективності організаційної структури управління, наявності необхідних служб, оптимального розподілу функцій між ними та їх працівниками, кваліфікації спеціалістів підприємств.

Щоб забезпечити ефективне функціонування служби маркетингу підприємства необхідно у відповідності з вимогами ринкової економіки підвищити роль кадрових служб, які здійснюють підбір персоналу, його підготовку та перепідготовку. Однак, слід зауважити, що діяльність служби маркетингу буде залежати від того, в якому напрямку буде розвиватися торгівля.

Маркетингова діяльність підприємств торгівлі містить весь комплекс маркетингу, передбачає систематичне проведення різноманітних маркетингових досліджень, вивчення та прогнозування кон'юнктури товарного ринку, попиту покупців, розробки стратегій діяльності підприємств тощо[1, с.255]. Використання маркетингу в діяльності підприємств торгівлі на належному рівні можливе лише за наявності потужних маркетингових служб. Однак, дослідження показали, що на багатьох вітчизняних підприємствах і в тому числі тих, що спеціалізуються на продажу господарських товарів, служби маркетингу взагалі відсутні. Це обумовлено, перш за все, малими розмірами підприємств, незначним обсягом товарообороту, який не сприяє отриманню достатнього розміру прибутку, а отже і розвитку підприємства взагалі.

Матеріали досліджень, проведених різними авторами, свідчать про те, що 70% українських підприємств різних галузей економіки і форм власності взагалі не мають спеціалізованого аналітичного відділу, що займаються маркетинговими дослідженнями. У 15% аналітична служба існує і ще в 15% маркетингом займаються окремі маркетологи-аналітики. На великих підприємствах торгівлі існує торговий відділ, який часто виконує маркетингові функції, але для ефективного функціонування в умовах конкуренції цього недостатньо. Маркетинг поєднує в собі декілька видів діяльності, які спрямовані на виявлення, обслуговування, задоволення потреб споживачів з метою досягнення підприємством цілей [4, с.48]. Маркетинг є важливою складовою стратегічного управління підприємства. Тільки маркетинг здатний об'єднати роботу всіх структурних підрозділів підприємства, спрямувати їх роботу на найбільш повне задоволення вимог та потреб споживачів. Зрозуміло, що роль маркетингу на підприємствах торгівлі, функції, задачі, які він вирішує залежить від спеціалізації підприємства, масштабу діяльності, чисельності працівників, організаційної структури управління та у значній мірі від фінансових можливостей. Значне місце в цьому посідає організаційна структура управління, яка дозволяє упорядкувати діяльність в апараті управління, більш раціонально розподіляти функції, повноваження та відповідальність, забезпечити умови для координаційних дій керівників усіх рівнів управління.

Основною інформацією для створення організаційної структури управління підприємствами торгівлі є загальна чисельність персоналу та його структура. Дослідження організаційної структури ряду підприємств торгівлі виявило різноманітність в їх організаційній структурі управління та засвідчило відсутність чи наявність маркетингової служби на них. Як правило на малих підприємствах відсутня посада маркетолога, лише в середніх підприємствах вона з'являється, а відділ маркетингу створюється на підприємствах з чисельністю більше 100 осіб («Сільпо» - торгова мережа продовольчо-промислових [супермаркетів](#) в Україні, національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів «Епіцентр К», «АТБ - маркет» - українська компанія, яка спеціалізується на роздрібній торгівлі, «ДЦ Україна» оператор українського ринку [роздрібної торгівлі](#) у форматі «дрогері» («Товари для краси і здоров'я»)). Кількість працюючих у відділі маркетингу становить 12-15% від загальною кількості штату працюючих на підприємстві.

Єдиних підходів до створення організаційних структур управління, зокрема служби маркетингу, не існує. Практика зарубіжних фірм свідчить, що можна використовувати різні типи організаційних структур підрозділів з маркетингу: функціональну, географічну, продуктову (товарну), ринкову та різні комбінації з них. Для вітчизняних підприємств торгівлі найбільш прийнятними є функціональна, товарна або комбінована система організації служби маркетингу.

Функціональна організація служби маркетингу будується таким чином, що у ній відповідальність розподіляється за такими сферами: збирання та дослідження інформації, планування асортименту, збуту, реклами, розподілу тощо. Фахівці з маркетингу керують різними видами (функціями) маркетингової діяльності. Вони підпорядковуються одному з керівників підприємства який координує їх роботу [3, с.45].

Товарна організація служби маркетингу є найбільш розповсюдженою. Основною перевагою товарної організації служби маркетингу є простота в управлінні. Вона передбачає стандартизацію управлінських процесів, чітке розмежування функціональних обов'язків. З токи зору пристосування до середовища товарна структура дозволяє реагувати на кількісні коливання попиту, однак для вирішення більш складних проблем не вистачає координації діяльності підприємства. Тому, як свідчить, зокрема, зарубіжний досвід, товарна організація маркетингової служби існує як додаток до функціональної.

Кожне підприємство обирає ту структуру служби маркетингу, яка найбільш повно відповідає власним вимогам і завданням. Комплекс маркетингових заходів здійснюватиметься найбільш ефективно в тому випадку, якщо в організації створено спеціальну службу управління маркетинговою діяльністю, яку очолює маркетинг-директор або начальник відділу маркетингу з відповідними повноваженнями.

Організаційна структура управління та організаційна форма (відділи, групи, бюро) служби маркетингу залежать від різних факторів і умов, у яких знаходиться підприємство торгівлі. Визначальними факторами є цілі підприємства та умови зовнішнього та внутрішнього середовища.

Зауважимо, що якщо торгівля й у подальшому буде розвиватися в основному за рахунок малих посередницьких підприємств, при чому не спеціалізованих, стан впровадження в їх діяльність маркетингу залишиться таким же. Більшість таких підприємств збанкрутують і припиняють свою діяльність, так як буде посилюватись конкуренція перш за все від транснаціональних компаній які все активніше приходять на ринок України. На наш погляд одним із найважливіших стратегічних напрямів розвитку торгівлі в Україні є створення різних видів об'єднання, де можна буде сформуванати потужну службу маркетингу, делегувати їй централізоване виконання усіх функцій маркетингу.

Отже, на багатьох вітчизняних підприємствах торгівлі служби маркетингу відсутні. Це обумовлено, перш за все, малими розмірами підприємства, незначним обсягом товарообороту, який не сприяє отриманню достатнього розміру прибутку, а отже і розвитку підприємства взагалі. Для середніх та великих підприємств торгівлі найбільш підходить функціонально-товарна служба

маркетингу. Також чітка організація служби маркетингу на підприємствах торгівлі, правильне розмежування функцій і створення необхідних умов для її діяльності сприятимуть підвищенню конкурентного статусу підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Дибчук Л.В. Маркетингове забезпечення економічного розвитку регіону / Л.В.Дибчук. / Сучасні виклики розвитку світової економіки: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2015 р. – С. 254 -257
2. Дойль П. Маркетинг менеджмент и стратегии / П. Дойль, Ф.Штерн. – СПб : Питер, 2007. – 544 с.
3. Кобринський Г. Оптовые предприятия / Г. Кобринский // Ресурси, інформація, снабження, конкуренція. – 2009. - №1. – С.46-49.
4. Конопляникова М. А. Відділ маркетингу в структурі організації: призначення, функції і завдання / М. А. Конопляникова // Маркетинг в Україні. – 2003. - №1. – С. 44-48.

**Дибчук Л.В.**, к.і.н., доцент

**Валевський В.І.**, магістрант

Вінницький кооперативний інститут,  
м. Вінниця, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Застосування маркетингового менеджменту є однією з основних умов для сталого розвитку підприємства та формування ринкових відносин. Система управління маркетингом в умовах ринкової економіки є основою управління діяльністю організації. Маркетинг допомагає організації визначити своє місце на ринку, де діє жорстка конкуренція. Забезпечення конкурентоспроможності продукції українських підприємств передбачає інтенсивний розвиток виробництва, а також вимагає удосконалення методів організації виробничої та господарської діяльності. Не випадково на підприємствах, що успішно ведуть ринкову діяльність, служба маркетингу - одна з головних у системі управління і впливає на підготовку та прийняття рішень її керівниками [2].

Ефективне запровадження і використання маркетингового менеджменту підприємством потребує насамперед чіткого розуміння суті та змісту маркетингового менеджменту, а також цілей його застосування, функцій та етапів його становлення.

Маркетинговий менеджмент – це поняття на багато ширше, ніж загальна функція менеджменту підприємства, це управління всіма загальними та окремими функціями підприємства, а також усіма підрозділами фірми на основі маркетингу.

За визначенням професора Ф. Котлера маркетинговий менеджмент - це процес планування та реалізації концепцій щодо ціноутворення, просування та розподілу ідей, товарів та послуг, направлений на здійснення обмінів, котрі задовольняють індивідуальні та організаційні цілі [6]. В основі маркетингового управління є управлінські функції, які розглядають ідеї, товари та послуги як основні категорії. Основним завданням маркетингового менеджменту є досягнення відчуття задоволеності всіма сторонами обміну. Концепція



маркетингового управління заснована на ефективному розподілі обмежених ресурсів у процесі переходу маркетингової інформації у дії маркетингу.

Також маркетинговий менеджмент характеризується як процес виявлення цільових ринків з метою реалізації політики ціноутворення, просування й розподілу ідей, продуктів і послуг, спрямованих на здійснення обміну, який задовольняє попит та пропозицію на ринку товарів [7, с. 6].

Суть маркетингового менеджменту також полягає у здійсненні аналізу, плануванні, впровадженні в життя і контролі за проведенням певних заходів, здійснення яких спрямовано на встановлення і підтримку взаємовигідних ринкових операцій для досягнення поставлених цілей підприємства.

Маркетингове управління вивчається як динамічна система із характерними їй тенденціями розвитку: розширення та покращення інфраструктури маркетингу; удосконалення технічних властивостей маркетингової діяльності фірми; підвищення рівня підприємницької культури; посилення орієнтації маркетингу фірми на нові цільові групи покупців та нові галузі лояльності; соціально-етичний напрямок маркетингу (підтримка певного заздалегідь визначеного іміджу фірми) [3].

Також поняття маркетинговий менеджмент передбачає: орієнтацію фірми на потреби ринку; стратегічний підхід працівників фірми; націленість на комерційний успіх; мобільне реагування на зміни зовнішнього середовища; забезпечення конкурентних переваг; наявність системного та комплексного підходу до проведення управлінської діяльності підприємства; програмно-цільовий підхід [4].

Всі інструменти маркетингового менеджменту повинні бути зорієнтовані на вирішення існуючих чи можливих проблем потенційних споживачів .

Основними завданнями маркетингового менеджменту є аналіз ринку, організація, планування, мотивація, реалізація поставлених завдань, здійснення контролю та аналізу виконання маркетингових заходів. Маркетинговий менеджмент на підприємстві тісно пов'язаний з дослідженнями, аналізом, можливостями реагування фірми на зміни її внутрішнього та зовнішнього середовища. Формування маркетингового менеджменту на підприємстві передбачає наявність знань із основ потреб ринку, процесів виробництва, фінансово-господарських операцій, соціально-економічних принципів управління фірмою тощо [2].

Основним стратегічним ресурсом маркетингового менеджменту фірми повинно бути максимальне задоволення потреб ринку, тобто споживача. Для правильного формування маркетингового менеджменту підприємством необхідним є розуміння послідовності здійснення процесу маркетингового менеджменту. Цей процес реалізується у наступній послідовності: 1) Здійснення аналізу ринкових можливостей фірми. Оцінювання тактичного та стратегічного попиту, який відображає привабливість ринкових можливостей. Виявлення нових ніш ринку та оцінка можливостей маркетингу. При оцінюванні маркетингових можливостей необхідно враховувати ціль та ресурси підприємства. Основне завдання аналізу ринкових можливостей підприємства - є визначення

найбільш характерної можливості фірми [3]. 2) Вибір цільових ринків : оцінка і прогноз попиту, сегментація, відбір сегментів цільового ринку та ринкове позиціонування товару. 3) Вибір стратегій маркетингу. Стратегія маркетингу – це формування мети і задачі підприємства по кожному окремому ринковому сегменту та ринку в цілому, а також кожному продукту на певний термін часу (довгострокова, середньострокова мета) для проведення виробничої та комерційної видів діяльності відповідно до діючої ринкової ситуації та можливостей фірми. [1]. Стратегія маркетингу поєднує цілі підприємства і тактичні заходи [3]. 4) Розробка комплексу маркетингу. Даний етап включає в себе розроблення та ефективний вибір сукупності маркетингових інструментів та дій. Під інструментами маркетингу слід розуміти: проведення маркетингових досліджень, здійснення товарної політики, вибір оптимальних каналів збуту, ефективно застосування цінової політики, проведення рекламних компаній, сервісне обслуговування тощо. Також інструментами менеджменту є: ієрархія; організаційна культура та ринок. Вказані інструменти застосовуються у наступних сферах менеджменту: виробництво, фінанси, кадрове забезпечення, різного виду нововведення, облік, збутова політика, здійснення зовнішньоекономічної діяльності. 5) Розробка маркетингової програми здійснюється із врахуванням цілей, завдання підприємства та маркетингу, маркетингового середовища тощо. 6) Втілення в реальність принципів маркетингу передбачає застосування на практиці маркетингових методів для задоволення потреб споживачів та отримання прибутку фірмою. 7) Проведення контролю та аналізу маркетингової діяльності фірми. Система контролю та аналізу маркетингової діяльності підприємства є заключною фазою процесу маркетингового менеджменту, що спрямована на вимірювання і оцінку результатів виконання плану щодо реалізації обраної стратегії. У ході контролю виявляються проблеми маркетингової діяльності, визначаються необхідні для їх усунення корегуючі заходи. Даний процес здійснюється для перевірки ефективності дії застосування маркетингу на підприємстві. Етап контролю та аналізу маркетингової діяльності фірми також сприяє адаптації маркетингової політики організації до зміни чинників маркетингового середовища. Результатом контролю діяльності маркетингу є коригування маркетингових планів та поведінки підприємства на ринку. У зв'язку з цим, передбачення можливих заходів щодо контролювання маркетингової діяльності організації є обов'язковим аспектом уже на етапі маркетингового планування [5].

Допоміжними засобами та методами управління маркетингом є наступні принципи маркетингу: 1) Маркетингова інформаційна система – діюча безперервна система, до складу якої належать набір способів та процедур для регулярного та своєчасного збирання, аналізування та інтерпретації інформації з внутрішніх та зовнішніх джерел і забезпечує інтеграцію, підтримку та передачу менеджерам інформації у формі, необхідній для прийняття маркетингових рішень [2]. 2) Система планування маркетингу. Система планування тісно пов'язана з системою стратегічного планування на підприємстві. Це здатність щодо виокремлення товарів, яким властивий найбільший потенціал до збільшення

продажу. Маркетингове планування передбачає розробку планів двох видів: тактичний (оперативний – на термін до п’яти років) та стратегічний (на термін більше п’яти років) [1]. 3) Система організації маркетингових служб. Такі служби є передумовою індивідуального підходу до розробки організаційних та функціональних систем маркетингового менеджменту.

Отже, маркетинговий менеджмент – це системний, програмно-цільовий механізм взаємодії інструментів маркетингу і менеджменту щодо адаптації підприємства до змін маркетингового середовища з метою максимального задоволення потреб споживачів та цілей організації при ефективному розподілі обмежених ресурсів. Дослідження та аналіз теоретичних засад маркетингового менеджменту є передумовою ефективного функціонування системи управління маркетингом на підприємстві.

#### *Список використаних джерел:*

1. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент : навч. Посібник. 3-тє вид., перероб. І доп. – К : Знання, 2004. – 354 с.
2. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управління маркетингом: Учбовий посібник. 2005. – 271 с.
3. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент / А.В. Войчак. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.
4. Kovalchuk S., Kobets D., Dybchuk L. Formation of a system approach to the optimization of marketing management at an enterprise Eastern. – European journal of enterprise Technologies. 3 /4 (81). – 2016. – P.4–12.
5. Дибчук Л.В. Роль управління в маркетинговій діяльності промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Наук. журнал. Серія: Економічні науки: №6 м. Хмельницький, 2015. – С. 36-39
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: «Ростинтер», 1996. – 704 с.
7. Кушнір І.Г. Формування організаційних систем маркетингового менеджменту в птахівничому під комплексі АПК: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «економіка та управління національним господарством» / І.Г. Кушнір. – Київ, 2007. – 16 с.

**Духневич А.В., магістр**  
**Науковий керівник: Ліпич Л.Г.,**  
д.е.н., професор  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **ЧИННИКИ РОЗВИТКУ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖЕВИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР ТА ЇХ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ**

Сучасний фармацевтичний ринок України є складною, багаторівневою динамічною системою, яка має тенденцію до зростання. Він включає в себе виробництво лікарських засобів, дієтичних добавок, лікувальної косметики та виробів медичного призначення, оптових та роздрібних продажів продукції через аптечні мережі, спеціалізовані продажі та дистрибуцію. В Україні розпочався стрімкий розвиток інноваційних форм організації підприємницької діяльності, активізувався процес формування бізнес-структур, що працюють на основі розвитку мережевої взаємодії. Однак в сучасних умовах на вітчизняному

фармацевтичному ринку пропозиція значно перевищує споживання, внаслідок чого відбувається загострення конкуренції, зростає необхідність підвищення ефективності вітчизняних фармацевтичних підприємств, як наслідок - вичерпання можливостей екстенсивного зростання та змін потреб споживачів щодо цінової й асортиментної політики фармацевтичних підприємств.

Виникнення феномену мережевої організації економічної діяльності обумовлене посиленням конкуренції на ринку виробників та споживачів, прискоренням процесів оновлення технологій не тільки у виробництві, а й в управлінні економічною діяльністю. Наявність значної кількості суб'єктів, поділ на конкурентні сегменти вітчизняних та зарубіжних виробників фармацевтичних товарів, диверсифікація закупівель є об'єктивними чинниками значної конкуренції на вітчизняному фармацевтичному ринку. Тому для розвитку та динамічного зростання фармацевтичних підприємств важливими умовами стають консолідація, створення сильніших і більших мереж, підвищення рівня організаційного менеджменту, впровадження нових методів оптимізації процесів управління економічною діяльністю та торговельними процесами означених підприємств, підвищення рівня їх інформаційно-комунікаційного забезпечення. Це актуалізує необхідність здійснення досліджень у напрямі оптимізації діяльності фармацевтичних підприємств, що працюють на мережевих засадах.

Слід зауважити, що мережеві форми ведення бізнесу мають низку переваг, що забезпечують певні позитивні ефекти. Зокрема, функціонування бізнес-мереж сприяє розвитку товарних споживчих ринків, створенню нових робочих місць, залученню інвестицій розвиток територій, більш швидкому поширенню інновацій та покращенню якості послуг, що надаються населенню. Так мережева структура підприємств впливає на рівень їх конкурентоспроможності та розширює можливості освоєння нових ніш на ринку. Конкурентні переваги мережевих бізнес-структур сприяють поширенню цих компаній на глобальному світовому ринку. Цьому сприяють сучасні умови ведення бізнесу та інтенсифікація розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. За цих умов актуалізується необхідність вивчення їх сутнісних ознак та чинників розвитку.

Отже, на основі розгляду основних ознак та чинників формування підприємницьких мереж виявлено, що їх становлення пов'язане з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та трансформаціями в економіці. Систематизація наукових підходів дозволила виокремити перелік основних сутнісних ознак підприємницьких структур, серед яких: наявність спільної цілі у структурних одиниць мережі; високий рівень координації всіх структурних одиниць мережі; системна орієнтація на підпорядкування інтересам мережевої організації; використання колективних активів; здатність до широкого впровадження в глобальне інформаційно-економічне середовище; висока динамічність структури та масштабування. Цей перелік запропоновано розширити за рахунок синергетичного потенціалу в сфері конкуренції, партнерських відносин, фінансових результатів, територіального та елементного розширення структури підприємницької мережі, передового впровадження інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій та методів.

Однак, аналіз наукових праць з питань розвитку мережевих бізнес-структур засвідчує недостатність інформації щодо чинників впливу на розвиток та становлення мережевих підприємницьких структур. Вчені, переважно, досліджують чинники розвитку підприємств, які не об'єднані в мережі або ж включені до складу кластерів. Зокрема, в наукових працях представлено традиційні підходи до систематизації чинників формування підприємницького середовища. Так, Н.О. Власова, О.В. Колчкова представили підхід до класифікації екзогенних (зовнішніх) чинників, які впливають на діяльність торговельних мереж. Ця класифікація сформована за певними змістовними ознаками і включає чинники залежно від [2]: джерел виникнення: економічних, соціальних, природних, законодавчих, демографічних, політичних, науково-технічних, культурних; способу дії: чинників непрямой та прямої дії; місця виникнення: чинники мікросередовища та чинники макросередовища; рівня залежності від суб'єкта господарювання: чинники суб'єктивного та об'єктивного характеру; масштабу дії: чинники, які здійснюють вплив на розвиток певної торговельної мережі; чинники, які чинять вплив на розвиток торговельних мереж в рамках регіону; чинники, які впливають на розвиток торговельних мереж на національному рівні; напряму впливу: прогресивних чинників, які впливають на стимулювання розвитку торговельних мереж; регресивних чинників, які націлені на стримування розвитку торговельних мереж; терміну впливу: чинники постійного характеру, чинники тимчасового характеру.

Аналізуючи чинники розвитку аптечних мереж доходимо висновку, що їх поширення є відповіддю на вимоги сьогодення, оскільки за своєю суттю вони виступають на ринку активнішими учасниками, ніж інші суб'єкти господарювання. Тому важливим питанням розвитку аптечних мереж є визначення конкурентних переваг цих бізнес-структур.

К. Дмитрик виділяє такі конкурентні переваги аптечних мереж, а саме: лояльне ставлення покупців аптечної мережі, використання унікальних технологій управління товарним асортиментом, особливий характер схеми логістики, яка забезпечує ефективність, успішність управління автоматизацією управлінських процесів. Н.С. Бушина визначає такі конкурентні переваги розвитку аптечних мереж, зокрема: фінансово-економічні результати діяльності, маркетинг (в тому числі асортиментну політику), організацію діяльності [1, с. 150]. Такий перелік вказаних елементів є достатньо узагальнюючим, але показує, що їх треба класифікувати. Ж. В. Мала, О. В. Посилкіна, М. М. Нессонова [3] класифікують конкурентні переваги, як і чинники розвитку, залежно від розмірів аптечних мереж. До основних конкурентних переваг, які характеризують крупні аптечні мережі автори відносять, зокрема: великий асортимент ліків та фармацевтичних продуктів, представлених в аптечній мережі; зручність розташування одиниць аптечної мережі; корпоративний клімат; рівень заробітної плати персоналу; використання програм підвищення кваліфікації для працівників; доступність широкого асортименту товарів та супутніх послуг для клієнтів; якість та швидкість обслуговування; дисконтні знижки для постійних клієнтів (картки); додаткові послуги; сучасна інформаційно-комунікаційна система в аптечній

мережі; зручний (цілодобовий) графік роботи; привабливий дизайн одиниць аптечної мережі; сталість чисельності кадрів. Аналізуючи цей підхід, можемо констатувати, що автори відносять всі чинники, які впливають на прогрес розвитку до конкурентних переваг (сильних сторін). Це, на нашу думку, є найбільш вірним та оптимальним щодо характеристики конкурентних позицій мережевих бізнес-структур.

Однак, незважаючи на значну кількість переваг мережевої форми організації бізнесу, вчені також вказують на недоліки та негативні сторони їх розвитку, до яких можна віднести: зростання монополізму та зменшення конкуренції на ринку; зниження ефективності діяльності за відсутності чіткої консолідації цілей учасників мережі та уповільнення процедур прийняття рішень при її значному розширенні; зростання залежності, обмеження дій окремих суб'єктів з подальшою втратою підприємством самостійності; зниження гнучкості управління; ускладнення зв'язків між учасниками мережі; зростання трансакційних витрат як результат зростання інвестицій у підтримку і розвиток міжфірмових відносин, які можуть виявитися неефективними.

Отже, мережева структура підприємництва є одним з провідних напрямів організації та функціонування підприємницьких структур у багатьох видах економічної діяльності. Стійкість та ефективність діяльності підприємств у таких структурах обумовлюється наявністю конкурентних переваг мережевої форми організації бізнесу. Мережеві бізнес-структури слід розглядати як перспективну форму організації підприємницької діяльності, оскільки на сучасному ринку фармацевтичної продукції ефективно функціонують саме такі структури.

*Список використаних джерел:*

1. Бушина Н.С. Разработка методических подходов к оценке конкурентоспособности аптечных организаций на региональном уровне: дис.... канд. фармацевт. наук: 14.04.03. Курск, 2015. 249 с.
2. Власова Н.О., Колчкова О.В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: монографія. Х., 2012. 231 с.
3. Мала Ж. В., Посилкіна О. В., Нессонова М. М. Аналіз факторів впливу на динаміку конкурентоспроможності аптечних мереж у залежності від їх типу // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2017. № 1. С. 57-65

**Д'яченко А. Е.,** магістр  
**Науковий керівник: Ховрак І.В.,**

к.е.н., доцент  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського, м.  
Кременчук, Україна

**МЕХАНІЗМ ПРОВЕДЕННЯ КОМПЛЕКСНОЇ ДІАГНОСТИКИ  
ФІНАНСОВОГО СТАНУ БАНКУ НА ОСНОВІ РЕЙТИНГОВИХ СИСТЕМ**

Фінансовий стан банківських установ є одним із основних індикаторів спроможності банківських установ до подальшого розвитку. Зважаючи на процеси глобалізації на ринку банківських послуг, інтеграції банківського і страхового капіталів, посиленні впливу репутаційних ризиків [1-3], особливої

уваги потребує вивчення сучасних підходів до проведення комплексної діагностики фінансового стану банківських установ Одним із ефективних підходів є застосування рейтингових систем. Варто виділити два типи рейтингових систем моніторингу та оцінки фінансового стану банківських установ: 1) дистанційні системи банківського нагляду (наприклад, CAEL, що використовується у США з 1985 року, PATROL – у Італії з 1993 року, ORAP – у Франції з 1997 року); 2) недистанційні (внутрішні) системи банківського нагляду (наприклад, CAMELS, що використовується у США з 1980 року, BOPEC – у США з 1987 року, CAMEO – у США з 1988 року, PEARLS – у США з 1990 року, CAMEL – у Австрії з 1995 року, CAMELSO – в Україні з 2016 року).

Зважаючи на значну кількість рейтингових методик, доцільно застосовувати їх класифікацію: за ознакою практичного використання у банківській діяльності; за сферою розповсюдження; за ступенем прозорості; за формою спостереження; за способом згортки; за формою подання; за моделлю показника; за методом побудови; за способом оцінювання; за призначенням тощо. Така класифікація дозволяє врахувати функціональне призначення банківського рейтингу, а також потреби та інтереси потенційних користувачів такого рейтингу.

Механізм проведення комплексної діагностики фінансового стану банку на основі рейтингових систем враховує інформацію про стан зовнішнього середовища та інформацію про стан банку, на основі яких відбувається обчислення рейтингу. Це допомагає у виборі та обґрунтуванні стратегії управління банком.

Безумовно, діагностика на основі використання рейтингових систем не може гарантовано визначити абсолютну надійність чи ефективність банківської установи, оскільки динамічні зміни банківського ринку неможливо точно спрогнозувати. Кожна із наведених систем не є універсальною, і потребує на практиці роботи використовувати їх у поєднанні з іншими підходами до діагностики фінансового стану.

#### *Список використаних джерел:*

1. Кучеренко В.В., Данкевич Р., Тринчук В.В. Форми інтеграції банківського і страхового капіталу. Монографія. – Львів: Галич-Прес, 2018. – 284 с.
2. Ховрак І.В., Д'яченко А.Е. Етичні аспекти проведення аудиту фінансового стану підприємства. Економічний форум. – 2018. – № 2. – С. 266-270.
3. Ховрак І.В., Кузів О.А. Архітектура репутаційного капіталу банківських установ. Економіка. Фінанси. Право. – 2018. – № 4/3. – С. 16-19.

**Жмай О. В.**, старший викладач

Одеський національний університет імені І. І.

Мечникова, м. Одеса, Україна

## **ВИКОРИСТАННЯ ПРЕДИКТИВНОЇ АНАЛІТИКИ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Застосування систем інтелектуального аналізу даних в різних областях фінансової, господарської та операційної діяльності організацій сьогодні набуває все більшої актуальності. Щоб впоратися з численними виробничими завданнями

(наприклад, з питаннями забезпечення гнучкості, використання ресурсів та ін.), компанії впроваджо часу.

Недавні технологічні тренди (інтернет рують «розумне виробництво»). Для нього характерне інтенсивне застосування інтелектуальних систем високого рівня, динамічне реагування та оптимізація випуску в режимі реально

ечей, аналітика великих даних, доповнена реальність, когнітивні і геоінформаційні технології і тому подібне) дуже швидко стали реальністю, з якою необхідно рахуватися. Деякі експерти (наприклад, міжнародна консалтингова компанія Arthur D. Little) вважають цифрову трансформацію бізнесу базисом для корпоративної стратегії на найближчі роки [1].

Успішність розвитку більшості сучасних компаній в значній мірі буде залежати від ефективності освоєння цифрових інструментів ведення бізнесу, можливості підприємств трансформувати й адаптувати власну стратегію, продукти і ділові процеси до нових економічних і технологічних умов [2].

Ключовим фактором в епоху цифровізації економіки є аналіз великих даних. Це ресурс, який організації використовують малоефективно, в той час як ці дані можна використовувати для виявлення тенденцій, шаблонів, прогнозування, пошуку кореляцій і т. д.

Виділяють наступні види аналітики «великих даних»:

- Описова аналітика покликана повідомляти, що сталося. Прості звіти і візуалізації, які показують, що відбулося в певний момент або протягом певного періоду.

- Діагностична аналітика повинна пояснити корінні причини події. Для цього використовуються більш просунуті інструменти, ніж для описової аналітики.

- Розпорядча аналітика показує, що компанія повинна робити, щоб досягти бажаного результату. Сьогодні на ринку порівняно небагато рішень такого рівня, оскільки для них потрібні серйозні ресурси машинного навчання.

- Предиктивна аналітика сьогодні найбільш популярна. Інтелектуальні аналітичні інструменти використовують високорозвинені алгоритми для прогнозування того, що може трапитися в майбутньому. Часто ці інструменти використовують штучний інтелект і технологію машинного навчання, які передбачають самостійне (без опису людиною докладного алгоритму дій) виконання комп'ютером поставлених перед ним завдань по пошуку закономірностей і рішень на основі запропонованих даних. Інтерес до предиктивної аналітики обумовлений тим, що дослідники і компанії стурбовані питаннями прогнозування майбутнього.

У сьогоднішню еру інтелектуального аналізу маркетологи можуть передбачити вплив тієї чи іншої дії, не витрачаючи при цьому жодної копійки. Складні алгоритми визначають шаблони поведінки і взаємозв'язку. Самі ці алгоритми стають все більш витонченими в умінні передбачати кроки, які, швидше за все, зроблять клієнти. Маркетологи тепер можуть дізнатися, наскільки велика ймовірність тієї чи іншої події в житті споживача. Під подіями розуміються пошук, перегляд, кліки, спроба, покупка, повторна покупка або



придбання додаткових опцій до товару (add-on), розповсюдження контенту, рекомендації, відгуки [3].

Щоб всі ці операції виконувалися за лічені секунди, багато компаній використовують в предиктивній аналітиці технології штучного інтелекту. Ось лише кілька прикладів:

1. Компанія Walmart, найбільша в світі мережа оптової та роздрібною торгівлі, адаптується до епохи цифрових технологій, пов'язуючи онлайн- і офлайн-дані. Система запитує інформацію у касових терміналів і дає прогноз, які товари будуть користуватися попитом, а які - ні. Варто зазначити, що така технологія може використовуватися не тільки гігантами, як Walmart. Будь-менеджер менш великій компанії за допомогою доступних технологій від Google і Adobe може правильно організувати поставки товарів і мінімізувати ризики дорогих коригувань, якщо попит перевищує пропозицію або навпаки.

2. Компанія Under Armour, виробник спортивного інвентарю, використовує штучний інтелект і інтелектуальну аналітику для аналізу тональності публікацій і громадської думки. Вони хочуть зрозуміти ставлення споживача до бренду, знайти вільні ніші на ринку і розширити аудиторію. Для цього компанія повинна чітко знати, хто її потенційний клієнт, і взаємодіяти з ним за допомогою персоналізованих повідомлень. Крім того, зараз компанія виробляє не тільки спортивні товари, а й програми та пристрої, призначені для обліку окремих характеристик організму користувача (фітнес-трекери, розумні годинники та ін.). Чим більше людей використовують цю продукцію, тим більше інформації надходить в Under Armour. Так, в рік компанія отримує дані від більш ніж 200 мільйонів зареєстрованих користувачів. Це дозволяє не тільки зв'язати офлайн- і онлайн-світи, але і дає розуміння, як саме поліпшити продукцію.

3. Відвідуваність зоопарку Point Defiance (Такома, штат Вашингтон) то непередбачувано росла, то падала. У разі невеликого числа людей витрати на персонал виявлялися занадто великими. Щоб виявити фактори, що впливають на відвідуваність, керівництво зоопарку почало співпрацювати з національною метеорологічною службою. Об'єднання даних національної метеорологічної служби з керованою штучним інтелектом платформою Watson IBM дозволило з точністю до 95% визначати, за яких погодних умов люди відвідують зоопарк, і забезпечувати його потрібною кількістю персоналу. Звичайно, практичне застосування цього методу набагато ширше, ніж просто аналіз числа відвідувань. В Point Defiance вивчають, як відвідувачі поведуться в зоопарку, де проводять більше часу, які маршрути вибирають. Аналіз цієї інформації дозволяє поліпшити якість обслуговування. У планах також використання штучного інтелекту для контролю даних про здоров'я, діагностики проблем тварин парку і проведення необхідного лікування [4].

Предиктивна аналітика є одним з напрямків по обробці великих даних, дозволяє компаніям приймати більш зважені і коректні рішення сьогодні для досягнення кращих результатів завтра. Шляхом аналізу даних компанії отримують цінну інформацію і можуть вибудовувати міцні відносини зі

споживачами, знаходити нові можливості, передбачити загрози, запобігати шахрайству, захищаючи доходи і репутацію.

Але залишається відкритим питання збереження даних, забезпечення безпеки інформаційних систем, організованих всередині компаній, а також адекватної інтерпретації даних, отриманих з різних джерел. Крім того, детального вивчення потребує питання оцінки економічних наслідків впровадження предиктивної аналітики.

#### *Список використаних джерел:*

1. Digital transformation – the road to become industry leader. URL: [https://www.adlittle.com/sites/default/files/viewpoints/ADL\\_HowtoBecomeDigitalLeader\\_02.pdf](https://www.adlittle.com/sites/default/files/viewpoints/ADL_HowtoBecomeDigitalLeader_02.pdf) (дата звернення 25.10.2019).

2. Rauser A. Digital Strategy. A Guide to Digital Business Transformation. – CreateSpace Independent Publishing Platform, North Charleston, South Carolina, 2016.

3. Предиктивный анализ, или Как оптимизировать ваш маркетинговый бюджет? LPgenerator: веб-сайт. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2016/06/11/predektivnyj-analiz-ili-kak-optimizirovat-vash-marketingovuj-byudzhet/> (дата звернення 25.10.2019).

4. Предиктивная аналитика: 7 примеров использования в бизнесе. Блог Ingate: веб-сайт. URL: <https://blog.ingate.ru/detail/7-primerov-ispolzovaniya-prediktivnoy-analitiki-v-biznese/> (дата звернення 25.10.2019).

**Золотих Я. Я.**, здобувач вищої освіти  
**Науковий керівник: Вараксіна О. В.**, к.е.н  
Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ БАЗОВА УМОВА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Об'єктивний процес формування конкурентного середовища висуває на перший план проблему оцінки ефективності фінансової стратегії аграрних підприємств і їх швидкої адаптації до нових умов.

Фінансова стратегія – це генеральний план дій для забезпечення підприємства грошовими коштами. Вона охоплює питання теорії та практики формування фінансів, їх планування, вирішує завдання, які забезпечують фінансову стабільність підприємства в ринкових умовах господарювання. [1, с. 260].

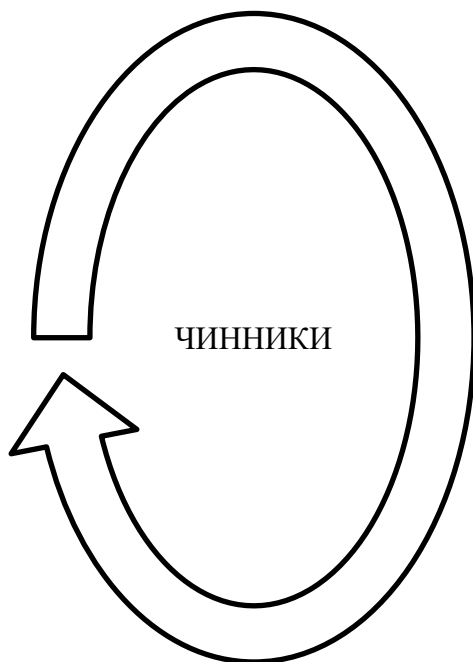
Формування фінансової стратегії є складним і трудомістким процесом, оскільки потребує значних витрат часу, праці й виконання комплексних розрахунків [2, с. 85]. Ефективність формування фінансової стратегії залежить від впливу низки чинників (рис.1). Стратегічне управління підприємством «визнає», що фінансова стратегія є базою для створення, збереження, змін фінансових ресурсів, визначення їх оптимального використання для досягнення мети організації [3, с. 112].

Формування фінансової стратегії включає наступні етапи [4, с. 112]:

- 1) характеристика підприємства як відкритої системи;
- 2) розробка стратегічних цілей;

- 3) розробка варіантів стратегії;
- 4) визначення критеріїв вибору варіантів;
- 5) конкретизація обраного варіанту фінансової стратегії;
- 6) оформлення фінансової стратегії, її прийняття і доведення до виконавця;
- 7) організація контролю за реалізацією.

Фінансова стратегія підприємства згідно зі своєю стратегічною метою забезпечує такі функції, як: формування та ефективне використання фінансових ресурсів; виявлення найефективніших напрямків інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках; відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства; визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямків фінансових дій та маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами; створення та підготовка стратегічних резервів; ранжування та поетапне досягнення мети [5, с. 14].



- орієнтування фінансової стратегії на загальну стратегію розвитку підприємства на ринку;
- рівень законодавчого та нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності;
- економічна та політична ситуація в країні;
- ринкової позиції суб'єкта господарювання;
- ресурсне забезпечення підприємства;
- галузева приналежності суб'єкта господарювання;
- фінансовий стан та конкурентні переваги існуючих та потенційних підприємств-конкурентів, надійність постачальників і покупців;
- рівень ризику фінансової діяльності, зумовлений інфляційними коливаннями, різкими коливаннями курсу валют, ризиками неплатежів, імовірністю настання фінансової кризи

*Джерело 2*

**Рис. 1. Важливі чинники формування фінансової стратегії підприємства**

Основними завданнями фінансової стратегії є такі: визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей; визначення перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками тощо; фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності; вивчення економічних та фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка та проведення заходів із забезпечення фінансової стійкості; розробка способів виходу з кризового стану та методи; управління за умов кризового стану підприємств [6, с. 221].

Ми розділяємо погляди Ткачук І. Г., яка наголошує на тому, що розглядати фінансову стратегію доцільно як органічний елемент фінансово-бюджетного регулювання підприємства:

– у методологічному плані сутність і механізм формування фінансової стратегії підприємства необхідно аналізувати як одну з проблем фінансових відносин, фінансової оцінки реалізації стратегічних цілей підприємства;

– у схемі економічного регулювання фінансову стратегію необхідно розглядати як компонент загальної стратегії підприємства на ряду з товарним, інвестиційним, маркетинговими і іншими видами стратегічних рішень [4].

Управління фінансовою стратегією є складним та багатоаспектним процесом. Вплив кожного фактора, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, визначають організаційну форму і структуру механізму фінансової стратегії, що буде сформовано для досягнення її цілей. Найбільш суттєво на фінансову стратегію та її механізм впливають якість фінансового менеджменту та якість фінансових ресурсів [7].

Так, підводячи підсумок дослідженню чинників, функцій і елементної структури фінансової стратегії аграрних підприємств, можна резюмувати, що розробка та імплементація ефективної фінансової стратегії є основою для виходу вітчизняних аграрних підприємств з фінансово-економічної кризи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Масленніков О. Ю. Фінансова стратегія та планування в умовах становлення ринку / О. Ю. Масленніков, А. Я. Шпачук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Л., 2007. – Вип. 17.3. – С. 260–262.
2. Путятин Ю. А. Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятия : монография / Ю. А. Путятин, А. И. Пушкарь, А. Н. Тридед. – Х. : Основа, 2000. – 488 с.
3. Ковальов А.В. Синергія. Синергетичний ефект / А.В. Ковальов, К.Гальченко : зб. пр. V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. «Альянс наук: вчений – вченому». – 2012 [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <http://www.confcontact.com/>
- 4.Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємство / І. Г. Ткачук //: Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2008. – № 2(44). – С. 301-304
5. Теслюк Н. П. Методичні основи розробки фінансової стратегії підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Н. П. Теслюк. – К., 2006. – 20 с.
6. Тридід О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства / О. М. Тридід. – Харків : ХДЕУ, 2002. – 363 с.
7. Хвостенко В. С. Методичний підхід до комплексної оцінки стратегії фінансового розвитку підприємства / В. С. Хвостенко // Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – № 698. – С. 125–132.

**Іванова О.Ю.**, д.е.н., професор  
Науково-дослідний центр індустріальних  
проблем розвитку НАН України;  
Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця, м. Харків,  
Україна

**Лаптев В. І.**, к.е.н., доцент  
Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця, м. Харків,  
Україна

## **МЕНЕДЖМЕНТ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ В ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ УМОВАХ**

Людські ресурси стали унікальною категорією в економіці, яка сприяє зламу існуючих парадигм та діалектиці новітніх, створенню нових наукових теорій та пошуку практик, які б давали можливість найбільш повно використовувати та розвивати ці ресурси.

Практична актуальність розвитку людських ресурсів в Україні підтверджується рядом міжнародних та державних довгострокових декларацій, стратегій та програм, серед яких: стратегічний план розвитку Європейського Союзу «Європа – 2020», який Україна в рамках проєвропейського вектору розвитку обрала як базис для власних стратегій сталого економічного розвитку України до 2020 та 2030 років відповідно, Програма розвитку ООН в Україні, Стратегія регіонального розвитку України до 2027 року, обласні програми розвитку людського капіталу тощо. Всі ці документи визначають розвиток людських ресурсів одним з головним пріоритетів, який сприятиме розвитку держави в цілому.

Розвиток людських ресурсів пропонується розглядати як безперервний процес якісної трансформації особистих і професійних компетентностей людини (групи людей або цілої нації), які вона може та прагне використовувати в соціально-трудоій діяльності для вирішення певних завдань на різних економічних рівнях. Особливістю категорії «людські ресурси» є її використання на різних рівнях: макро-, мезо- та мікрорівні, що безпосередньо впливає на зміст та структуру.

З актуалізацією людських ресурсів як унікальної категорії в економіці з'явилася і проблема управління ними, ефективного використання та розвитку, що підтверджується зростанням демографічного навантаження; демографічного старіння населення, збільшення зовнішньої трудової міграції, відривом вимог реального сектору економіки від рівня професійного розвитку людських ресурсів, і як наслідок погіршення фінансових результатів діяльності суб'єктів господарювання. Це актуалізує необхідність пошуку нових підходів щодо розвитку людських ресурсів, орієнтованого на вирішення існуючих та попередження потенційних проблем.

Проблемно-орієнтований розвиток людських ресурсів слід розглядати як безперервний процес якісної трансформації особистісних і професійних компетентностей людини як відгук на сучасні потреби суспільства та країни у вирішенні існуючих та можливих соціально-економічних проблем, дозволяє проактивно визначати можливі релевантні зміни та оперативно вирішувати проблеми, пов'язані з розвитком людських ресурсів на різних економічних рівнях.

Важливість комплексного підходу до управління людськими ресурсами на всіх економічних рівнях викликана взаємозалежністю між макrorівнем (на рівні держави); мезорівнем (на рівні регіону та окремих галузей) та мікрорівні (рівень підприємства). Це пояснюється наступним:

по-перше, методи управління на макrorівні (прийняття нових та внесення поправок до існуючих Законів, Постанов, Інструкцій, Розпоряджень, Стратегій; регулювання оплати та мотивації праці працівників у виробничих галузях та бюджетних сферах; заходи спрямовані на рівень життя та соціальний захист населення; формування політики на ринку праці та зайнятості в промисловості; розробка нормативів з організації праці; плани, програми з підготовки та перепідготовки кадрів; охорона праці та ін.) викликають відповідні зміни у процесах управління людськими ресурсами як на рівні регіонів та окремих галузей, так і на особливості розвитку персоналу вітчизняних підприємств;

по-друге, поява проблем на мікрорівні швидко розповсюджується на мезо- та макrorівень та потребує прийняття адекватних управлінських рішень з приводу пошуку дієвих методів та інструментарію вирішення проблеми на всіх рівнях управління.

При цьому на мезорівні інструментарієм проблемно-орієнтованого розвитку людських ресурсів є: плани та програми регіональних центрів зайнятості, спрямовані на перекваліфікацію виробничих професій; регіональні програми сприяння зайнятості; подолання безробіття в регіоні; координація з промисловими підприємствами регіону щодо попиту. На рівні підприємництва основним інструментарієм виступають: прогнозування й планування кадрової роботи; розробка мотиваційного механізму; визначення потреби в кадрах; розробка положень, розпоряджень, нормативів з управління персоналом; психологічні інструменти впливу.

Таким чином, проблемно-орієнтоване управління людськими ресурсами дозволяє розробляти дієві механізми не тільки з вирішення вже існуючих проблем розвитку людських ресурсів, а також запобігати появи та розповсюдження нових.

**Список використаних джерел:**

1. Europe 2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. URL: <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/>
2. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року. Проект. URL: [https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP\\_Strategy\\_v06-optimized.pdf](https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf)
3. Стратегія сталого розвитку "Україна – 2020" URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>
4. United Nations Development Programme. URL: <https://www.undp.org/content/undp/en/home/>

**Кобець К.О., Панас О.В., студенти**  
**Науковий керівник: Фірман В.М.,**

к.т.н., доцент

Львівський національний університет ім.

Івана Франка, м. Львів, Україна

## **ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ, ЯК ГОЛОВНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Сьогодні в умовах невідомого розвитку суспільства гостро постає питання щодо створення, забезпечення та підтримки належного рівня системи менеджменту на підприємстві. Сучасні методи управління, шляхом цілеспрямованої дії на внутрішні і зовнішні чинники, повинні організувати діяльність організації так, аби це мало позитивний вплив на безпеку робіт і охорону життя працівників у ході виробничих, операційних та обслуговуючих процесів. Науково-технічний прогрес, постійне вдосконалення існуючих технологій, жорстка конкуренція - вимагають пошуку нових ефективних шляхів захисту людини і навколишнього середовища від шкідливих та небезпечних факторів.

Окремі проблеми забезпечення безпеки на виробництві та охорони праці знайшли відображення в наукових дослідженнях О.Амоші, О.Новікової, О.Мартякової, Л.Керб, А.Кутиркіна, Я.Крушельницької, М.Миленького, І.Пономарьова, Л.Логачової, В.Крота, Є.Котова, В.Смирнова, В.Шульги. У працях цих учених досліджуються теоретико-методологічні питання управління, планування, стимулювання охорони праці, ефективність системи соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та заходів з охорони праці.

Менеджмент охорони праці — система сучасних методів управління, яка включає створення умов для забезпечення і підтримки необхідного рівня стану і функціонування господарської системи шляхом цілеспрямованої дії на умови і фактори, що впливають на безпеку робіт і охорони життя працівників на етапах проектування, організації (підготовки) виробничих процесів і виготовлення засобів виробництва, у ході плину виробничих, операційних, забезпечуючи і обслуговуючих процесів та після їхнього завершення, в умовах нормального функціонування і життєдіяльності підприємств та в надзвичайних ситуаціях [1].

Мета управління охороною праці — створення здорових, безпечних і високопродуктивних умов праці, покращення виробничого побуту, запобігання травматизму і профзахворюванням.

Менеджмент охорони праці базується на таких особливостях:

1. Використання системного, процесного і ситуаційного підходів, які зумовлюють зниження виробничого ризику і підвищення безпеки персоналу, забезпечують успішність функціонування підприємства, та сприяють становленню професійного й екологічно безпечного партнера з високою організаційною культурою, якістю процесів праці і послуг.

2. Наявність багаточільової політики, яка акцентує увагу на людині, її залученні, як персоналу до процесів, пов'язаних з формуванням, налагодженням та покращенням системи охорони праці на підприємстві.

3. Побудова дієвої ефективної системи контролю за станом охорони праці і функціонуванням системи управління та діями персоналу при проведенні виробничих робіт.

4. Застосування міжнародних стандартів, теорії менеджменту, а також систем управління якістю для удосконалення менеджменту охорони праці.

Система управління охороною і безпекою праці в Україні формується на декількох ієрархічних рівнях, що передбачає поділ складних і великих систем на елементи (ланки, рівні, ступені). За ієрархічними рівнями система охорони праці формується в територіальному і функціональному просторах діяльності [2].

Створення систем менеджменту охорони праці на підприємствах повинно відповідати вимогам низки міжнародних стандартів стосовно загальних систем менеджменту — MSS (Management System Standards). До таких належать: стандарти ISO 9001 (системи менеджменту якості), ISO 14001:2004 (менеджмент охорони навколишнього середовища), стандарти OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Assessment Series) (системи менеджменту промислової безпеки та охорони праці). Розподіл напрямів діяльності великих підприємств і організацій, розподіл їх структури на окремі складові, об'єкти та процеси створюють певні труднощі в створенні і підтримці комплексного всеохоплюючого управління охороною і безпекою праці. Тому для підвищення надійності і якості охорони праці доцільним вважається запровадження інтегрованих систем управління ІСМ. Це методологія управління, завданням якої об'єднання управління охороною праці усі процеси, напрями та об'єкти, робочі місця на всіх ієрархічних рівнях в єдину інтегровану систему, яка базується на системній інтеграції інформації, стандартах інтеграції і процесному управлінні [3, 4]

Система управління охороною праці (СУОП) - це сукупність органів управління підприємством, які на підставі комплексу нормативної документації проводять цілеспрямовану, планомірну діяльність щодо здійснення завдань і функцій управління з метою забезпечення здорових, безпечних і високопродуктивних умов праці. Створення СУОП здійснюється шляхом послідовного визначення мети і об'єкта управління, завдань і заходів щодо охорони праці, функцій управління, побудови організаційної структури управління, технологій, методів, важелів управління та інших складових. Організаційна структура органу управління охороною праці конкретно представляється схемою супідрядності посадових осіб, їх кількісно-професійним складом, завданнями, правилами і обов'язками підрозділу в цілому і кожного окремого його працівника [5, 6].

Ефективна організаційна структура органу управління повинна мати такі основні параметри:

- 1) відображати цілі і стратегію управління охороною праці;
- 2) мати оптимальний поділ праці між окремими працівниками і керівництвом;
- 3) мати достатній обсяг повноважень і чітко визначену відповідальність;
- 4) бути укомплектованою і матеріально та морально мотивованою.



Отже, особливістю сучасних процесів суспільної праці у виробничих і соціальних сферах є перехід до інтегрованих систем менеджменту підприємств, в яких охорона і безпека праці є невід'ємною складовою. Людська діяльність, яка спрямовується на задоволення необхідних і різнобічних потреб, повинна здійснюватися в безпечних для життя умовах і при забезпеченні належної якості середовища, в якому відбувається виробниче та особисте життя людини. Напрямки розвитку суспільства чітко орієнтовані на досягнення соціальних пріоритетів і їх збалансованість передбачає розвиток процесів охорони праці, збереження здоров'я людей та довкілля. Забезпечення охорони й безпеки праці як в державних, так і приватних структурах неможливо без удосконалення методів управління, без чіткого визначення засобів, функцій, та завдань їх здійснення, ефективного управління створенням умов безпечної праці. Стан і рівень охорони праці мають вирішальний вплив на здоров'я працюючих, а їх зацікавленість змістом виконуваної роботи, створює умови підвищення продуктивності праці, збільшення і підвищення якості результатів діяльності. Саме тому сучасний менеджер повинен володіти ґрунтовними знаннями та практичними навичками з питань організації і управління процесами, забезпечення охорони й безпеки праці, а також створення умов їх підтримки й динамічного розвитку.

**Список використаних джерел:**

1. Романчук А. А. Менеджмент охраны труда. Київ: Основа, 2003. 176 с.
2. Гогіташвілі Г. Г. Управління охороною праці та ризиком за міжнародними стандартами / Г. Г. Гогіташвілі, Є.Т. Карчевські, В. М. Лапін. Київ: Знання, 2007. 367 с.
3. Дементій Л. В. Охорона праці в галузі / Л. В.Дементій, Г. Л. Юсіна, Г. І. Чижиков. Краматорськ: ДДМА, 2006. 296 с.
4. Добролюбов И. К. Заинтересованные стороны системы «Партнерские отношения» / И. К. Добролюбов // Материалы международной заочной научно практической конференции «Современный менеджмент: проблемы — и решения». URL: <http://sibac.info> (дата звернення: 22.10.2019).
5. НПАОП 0.00-4.21-04 «Типове положення про службу охорони праці». Наказ Держнаглядохоронпраці від 15.11.2004 р. № 255. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1526-04>(дата звернення: 24.10.2019).
6. Рекомендації щодо побудови, впровадження та удосконалення системи управління охороною праці. Затверджені Головою Держгірпром-нагляду 7.02.2008 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001641-08> (дата звернення: 24.10.2019).

**Коглер Т. В.**, студентка  
**Науковий керівник: Кухарська Н. О.**,  
д.е.н., професор  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ТЕХНОЛОГІЇ ІНДУСТРІЇ 4.0: ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ**

Завдяки стрімкому розвитку та постійним проривам у сфері технологій, світ стоїть на межі нової, четвертої промислової революції. Індустрія 4.0 є поточним напрямом розвитку країн. За прогнозами ВЕФ (Всесвітнього Економічного

Форуму), більшість технологій індустрії 4.0 стануть повсякденністю вже до 2027 року. Це означає, що з'являться не тільки розумні будинки, а й розумні міста, безпілотні автомобілі на вулицях, штучний інтелект у звичайних офісах і суперкомп'ютери в кишенях.

Незважаючи на те, що технології 4.0 з'явилися та почали набувати поширення декілька років тому, все ще існують підприємства і навіть країни, які ставляться до них з недовірою. Тоді як певні компанії вдосконалюють свої виробництва та бізнес-моделі, інші – стоять на місці та втрачають шанси отримати конкурентні переваги. Саме тому актуальним є розгляд різних прикладів успішного використання провідних технологій 4.0.

Впровадження технологій 4.0 суттєво змінює «правила гри» на ринку: Стає можливим виробництво персоналізованої продукції відповідно до вимог конкретного споживача. Старі заводи та фабрики поступово перетворюються на «розумні» і починають випускати майже штучні продукти за індивідуальними замовленнями. При цьому знижуються питомі витрати на виробництво одиниці продукції, внаслідок чого компанії отримують можливість виробляти унікальний персоналізований продукт за вартістю масового стандартизованого товару. Це, в свою чергу, дозволяє підвищити лояльність споживачів.

Завдяки технологіям індустрії 4.0 за індивідуальним замовленням можуть випускатися і двигуни, і сервери, і взагалі все що завгодно.

Наведемо деякі приклади. На заводі Fujitsu Siemens поштучно випускаються комп'ютерні системи та сервери спеціально для конкретного замовника.

Nike створила програму NikeiD, за допомогою якої споживачі мають змогу самостійно розробити дизайн свого майбутнього взуття. Сьогодні будь-який користувач, сидячи в кафе, може завантажити додаток Nike або відкрити сайт компанії та вибрати модель кросівок, розфарбувати їх на власний смак, оплатити товар та отримати його через кілька тижнів. Коштувати це буде не дорожче, ніж при купівлі звичайних неперсоналізованих кросівок цієї ж компанії [1].

Завдяки новим технологіям компанія Adidas змогла повернути своє виробництво назад до Німеччини. На новій фабриці всі операції будуть виконувати роботи. Це не тільки оптимізує виробництво, але й різко збільшить швидкість. У вересні 2016 року Adidas представила першу модель кросівок Futurecraft M.F.G., зібрану на фабриці Speedfactory в Німеччині практично без участі людей. В ході пілотної фази шити та клеїти кросівки роботам допомагали 10 співробітників, але найближчим часом компанія розраховує повністю автоматизувати процес.

Роботизація заводів Tesla, що випускає електромобілі, дозволила компанії розгорнути виробництво не в Китаї, а в Каліфорнії. Це виявилось дешевше, ніж використовувати працю китайських робітників, а потім платити за транспортування готових машин.

Нові технології дозволяють виробникам не забувати про свій продукт і надавати післяпродажну підтримку. Тепер виробник може контролювати умови використання приладу, змінювати налаштування віддалено, оновлювати програмне забезпечення, попереджати клієнта про можливі поломки, а під кінець

циклу використання – повертати продукт на утилізацію. Наприклад, компанія Apple розпочала програму переробки старих айфонів: роботи розбирають їх і знімають найцінніші деталі, які потім знову використовуються, а решта утилізується з мінімальною шкодою для довкілля.

Перевагу отримують компанії, що створюють унікальні платформи, які об'єднують безліч людей. Так, Uber не має власного парку таксі, Facebook сам не виробляє власного контенту, а найбільший в світі онлайн-магазин Alibaba не має власних продуктів. Між тим, усі вони є всесвітньовідомими та успішними на ринку [1; 2; 3].

Це тільки перші кроки на шляху до великих змін. Очікується, що новий формат виробництва та надання послуг торкнеться всіх сфер життя. Починаючи від додатків, які допомагають вести домашнє господарство, до персоналізованого підходу в навчанні та медицині.

Якщо говорити про послуги, що надаються людьми, зокрема про сектор професійних послуг, то тут мова йде про синергію потужності комп'ютерних обчислень і людського креативу. Вже сьогодні працюють програми, які здатні творити, запам'ятовувати та розпізнавати інформацію. Наприклад, програма Rembrandt (розробка IBM Watson) оснащена системою штучного інтелекту і здатна відтворити у картині унікальний стиль художника.

Незважаючи на те, що бренди компаній продовжують мати велике значення у сфері послуг, на новий рівень виходить ринок фрілансу, який дозволяє вирішувати певні консультативні завдання за допомогою окремих професіоналів, а послуги надавати шляхом відеоконференцій і онлайн-дзвінків.

Майже всі об'єкти в будь-якій галузі будуть оснащені датчиками, здатними передавати найрізноманітнішу інформацію по мережах комунікацій. Разом вони сформують цілі нові індустріальні екосистеми – від розумної охорони здоров'я, у якій велика частина функцій по діагностиці та постановці діагнозу буде автоматизована, до нових індустріальних екосистем, керованих автономними роботами. Caterpillar вже аналізує дані, що надходять від машин і інших пристроїв на виробництві та передає їх дилерам, які на їх основі можуть призначити попереднє техобслуговування машин і запобігти можливих технічних проблем.

У сільському господарстві використовуються датчики, призначені для перевірки поливу, температури та інших умов для контролю над врожайністю. У промисловості створюються верстати, які здатні оновлювати програми завдяки підключенню до інтернету, аналізувати власний знос, вдосконалюватися для виконання різноманітних завдань [2; 3].

Медичні клініки з часом зможуть використовувати фітнес-трекери та мобільні технології, щоб регулярно збирати дані про різні показники здоров'я пацієнтів і на їх основі давати рекомендації по зверненню до фахівців. Це дозволить запобігти ряду хвороб або діагностувати їх на ранній стадії. Також це допоможе страховим фірмам формувати індивідуальні пропозиції по страхуванню здоров'я для своїх клієнтів. Окрім цього, вже розроблені технології, які, можливо, замінять в лікарнях частину лікарів: австралійський стартап Enlitic створив автоматичну систему для розшифровки рентгенівських знімків та комп'ютерної

томографії за допомогою машинного навчання. Технологія тестується в клініках Австралії та, в більшості випадків, демонструє, що роботи допускають менший відсоток помилок, ніж люди. Багато клінік вже проводять машинну діагностику, а також використовують роботів для допомоги хірургам під час операцій, в яких вони можуть допомогти досягти ідеальної точності та акуратності [2].

Значним проривом виступають технології адитивного виробництва. У 2015 р. в Університеті Південної Каліфорнії пройшли перші випробування гігантського 3D-принтера, який здатен за добу надрукувати будинок із загальною площею 250 м<sup>2</sup>. У травні 2016 р. відбулося відкриття першої в світі будівлі, надрукованої на 3D-принтері – офісу Dubai Future Foundation. Нині активно здійснюються експерименти по використанню 3D-принтерів у медицині, зокрема, для друку донорських органів, розробки клітин, а також для виробництва медикаментів [4].

З поширенням цифрових технологій людство чекає перехід від конкуренції продуктів і сервісів до конкуренції за вимірні результати та цінність для клієнтів, або так званої економіки результату (outcome economy). Тепер ефективність буде залежати не від вартості вироблених продуктів і послуг, а від результатів, яких вони дозволять отримати споживачу, і цінності, яку вони будуть для нього представляти. Наприклад, при відвідуванні комедійного шоу споживач платить не за квиток, а за те, скільки разів він розсміявся в залі – це визначають камери за допомогою технології розпізнавання осіб. Так уже робить театральна компанія TeatreNeu в Барселоні [2].

**Висновки.** Виходячи з усього вищезгаданого, можна дійти висновків, що технології індустрії 4.0 припинили бути елементами «загадкового та далекого майбутнього», а стали реальними технологіями, що активно впроваджують підприємства по усьому світу. Існує велика кількість різноманітних прикладів застосування проривних технологій і майже усі вони свідчать про надзвичайну ефективність їх запровадження.

**Список використаних джерел:**

1. Рагімова С. Цифровая Индустрия 4.0 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.forbes.ru/brandvoice/sap/345779-chetyre-nol-v-nashu-polzu>
2. Индустрия 4.0 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kaspersky.vedomosti.ru/industrii/industry4>
3. Индустрия 4.0: Какие перемены грядут на рынке услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://delo.ua/business/industrija-40-kakie-peremeny-grjadut-na-rynke-uslug-328161/>
4. 3D-принтер [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.wikipedia.org/wiki/3D-принтер>

**Кондратюк Є.С., студентка**

**Науковий керівник: Олійник О.О., к.е.н.**

Національний університет водного господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна

**ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ  
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Соціальна відповідальність доволі тісно пов'язана із концепцією стійкого розвитку, оскільки даний підхід передбачає таку систему ведення бізнесу та

технічного прогресу, яка б не наносила шкоди навколишньому середовищу та зберігала природно – ресурсний потенціал місцевості для подальшого користування майбутніми поколіннями. Таким чином, соціальна відповідальність підприємства, установи чи організації розглядається як його активна та планомірна участь в соціальному, екологічному та економічному розвитку громади та суспільства загалом.

Організації, які включають до своєї стратегії соціальну відповідальність, можуть розраховувати на більшу прихильність інвесторів, довіру з боку населення, органів влади та місцевого самоврядування. Внутрішні соціальні програми таких компаній виступають потужним фактором мотивації та лояльного ставлення їх працівників. Результатом впровадження програм КСВ є низка вигод як для власників, так і для працівників, споживачів товарів і послуг, ділових партнерів, державних інститутів та суспільства загалом [1].

За даними репрезентативного дослідження, проведеного на замовлення Центру «Розвиток КСВ» у 2018 році, що охопило 400 респондентів, можна виділити такі основні напрямки впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні:

- трудові відносини: підвищення заробітної плати, впровадження гнучкого графіку роботи, реалізація програм з підвищення професійної кваліфікації тощо;
- антикорупційні практики: 27% компаній готові надати частину прибутку (в межах 3-5%) на ефективну боротьбу з корупцією;
- екологічна відповідальність: впровадження енергоекономних технологій, програм сортування та утилізації відходів;
- відносини із споживачами: надання правдивої інформації та реклами, розроблення систем управління скаргами, тренінги для персоналу з питань обслуговування споживачів;
- розвиток регіонів: надання коштів на благодійність та благоустрій територій.

Серед опитаних компаній, які впроваджують КСВ, 76% реалізують політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу, також половина опитаних надають благодійну допомогу. За регіональним розподілом найбільша частка компаній, які мають антикорупційну політику та політику проти сексуальних домагань, розташована на Півночі країни, більша частина компаній, що розташовані на Заході країни, готові віддати частку свого прибутку на боротьбу з корупцією [2].

На жаль, на даний момент в Україні існує тенденція попередніх років, яка вказує на надто повільні темпи впровадження КСВ на рівні управління. З числа компаній, які впроваджують КСВ, лише близько 50% мають стратегію (політику) соціальної відповідальності, і вдвічі менша частка організацій має бюджет на виконання програм або заходів із соціальної відповідальності. Лише третина компаній, які впроваджують політику КСВ, збільшувати бюджет на соціальну відповідальність за останні три роки.

### **Список використаних джерел:**

1. Бобко Л.О., Мазяр А.В. Проблеми корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Ефективна економіка. 2019. №5. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5\\_2019/39.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/39.pdf)
2. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. Укладачі: Зінченко А., Саприкіна М. – К.: Видавництво «Юстон», 2017. – 52 с.

**Корнієнко М.О.**, студентка  
**Науковий керівник: Маліновська О.Я.**,  
кандидат економічних наук, доцент, доцент  
кафедри економіки та менеджменту  
Львівський національний університет імені  
Івана Франка, м.Львів, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

На сучасному етапу даній темі, як стратегічне управління, в розвинених країнах світу присвячено безліч багатотомних видань, зміст яких неможливо коротко переказати. Але головне полягає в тому, що детально описувати модель світового стратегічного менеджменту не має сенсу через неповторність досвіду, пов'язаного з різними умовами застосованості і з різною ментальністю народів.

Існує низка бачень того, що являє собою стратегічне управління, подані зарубіжними та вітчизняними авторами. Аналізуючи їх, можна сформулювати наступне: стратегічне управління - прийняття та реалізація рішень, спрямованих на досягнення бажаного стану об'єкта управління в майбутньому, що враховує безперервну зміну зовнішніх і внутрішніх умов його функціонування.

Стратегічне управління для багатьох українських підприємств є незвичним, але таким, що набирає силу явищем. Необхідність в ньому проявляється в складних, нестабільних умовах розвитку світової економіки та в процесі переходу від планової економіки до ринкової. Стратегічне управління спрямоване на розширення горизонтів передбачення, створення можливостей своєчасної реакції підприємства на певні зміни середовища на ринках товарів, послуг, в науково-технічній і політичній сферах.

В ринкових умовах кожен суб'єкт господарювання самостійно будує власне майбутнє і надалі його може супроводжувати як успіх, так і невдачі, наприклад банкрутство.

У процесі діяльності перед підприємством постають різні завдання, що в результаті позначаються на зміні системи управління. До основної об'єктивної проблеми відносять постійно зростаючу нестабільність, складність зовнішнього середовища, практичне вирішення якої вимагає розробки більш деталізованих систем управління та залежить від ступеня опанування керівниками організацій методології стратегічного управління.

Стрижнем стратегічного управління є стратегія, тобто система ринкових стратегій, до якої відносять ряд взаємопов'язаних організаційно-економічних, правових і трудових стратегій.

В сучасних умовах господарювання можна виділити такі підходи до вироблення стратегій:

1. Стратегія диференціації, її суть полягає в концентрації організацією своїх зусиль на декількох пріоритетних напрямках, де вона намагається мати більше переваг над іншими. Ці напрями можуть бути різними, тому варіантів стратегії існує дуже багато.

2. Контроль над затратами. Стратегії такого типу базуються на зниженні власних витрат в порівнянні із затратами конкурентів шляхом обов'язкового контролю над затратами, або шляхом регулювання розміру підприємства і обсягу продукції, завдяки чому досягається вища ефективність виробництва.

3. Стратегія фокусування. В цьому випадку підприємство цілеспрямовано орієнтується на якусь групу споживачів, або на обмежену частину асортименту продукції, або на специфічний географічний ринок.

Проблемами, пов'язаними з реалізацією стратегії, є: її невідповідність структурі фірми; високий ризик; відсутність навичок; слабкість інформаційних систем; недосконалість методів діяльності [1]. Підприємство може потрапити в кризу, якщо не передбачити певних обставин, які змінилися, і не звернути увагу на них вчасно. Дана криза може статися, якщо обставини зміняться надто швидко і підприємство зможе відреагувати не на останні, а на передостанні зміни. Ті підприємства, які давно існують в своїй галузі і займають в ній провідне становище, найшвидше реагують на зміну зовнішніх факторів. Одна із причин успіху цих підприємств — здатність весь час вносити корективи [2]. Тому, зростання динамічності зовнішнього середовища обумовлює необхідність вдосконалення інструментарію стратегічного управління підприємства. В таких умовах актуальним є забезпечення стратегічної стійкості підприємства, що дозволяє забезпечити йому стійкі конкурентні позиції.

Стратегічну стійкість характеризують як здатність підприємства досягати місії та поставлених стратегічних цілей за постійного нестабільного впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовищ, зберігаючи свою цілісність і гармонійний розвиток. Стійкість і цілісність системи зберігаються в довгостроковому періоді за достатньої гнучкості суб'єкта управління його стратегічного розвитку [3].

Наведемо основні характерні особливості стратегічного управління, необхідні для ефективного управління суб'єктами господарювання в сучасних умовах:

1. Щоб бути успішним, діяльність підприємства повинна бути цілеспрямованою, тобто воно повинне мати стратегію, яка визначає функціонування системи управління підприємства.

2. Ефективність діяльності підприємства визначається ступенем досягнення нею стратегічних цілей.

3. Стратегія не є непорушною, а повинна змінюватися при настанні істотних

змін у зовнішньому середовищі підприємства або в ході реалізації стратегічних планів.

Процес стратегічного управління загалом складається з трьох взаємопов'язаних етапів:

- підготовчого, який слугує основою інформаційного забезпечення розробки стратегії;
- головного етапу - етапу розробки стратегії;
- заключного етапу - етапу реалізації, корегування і зворотнього зв'язку.

На кожному етапі реалізуються певні функції:

1. Стратегічний аналіз і прогнозування зовнішнього й внутрішнього середовища організації.

2. Стратегічне планування.

3. Стратегічна організація і мотивація, контроль і регулювання.

Отже, основні функції виконуються в процесі певних взаємопов'язаних дій і втілюються в конкретні результати. Основні результати стратегічного управління можна представити у вигляді логічного ланцюга стратегічних результатів: оцінка – прогноз – стратегія – стратегічний план – програма – проект – оцінка результатів.

Наука управління пропонує різноманітні методи управління, зокрема, засновані на таких сучасних підходах як синергетичний та рефлексивний.

Синергетичний підхід є альтернативою кібернетичному, він характеризує управління як створення таких умов діяльності системи, за яких вона була б життєздатною. При цьому вважається, що розвиток – це процес, який характеризує незворотну, закономірну зміну системи та є її універсальною властивістю. Основним інструментом рефлексивного управління є формування «образів» тих елементів і підсистем, з якими необхідно здійснювати взаємодію. У системі підприємництва це вимагає забезпечення побудови та підтримки трьох основних типів образів. Перший – це образ підприємства як типового представника множини підприємств у «свідомості» органів державного управління. Другий – ідеальний образ підприємства в його власній свідомості, орієнтир для розвитку. Третій образ – ідеальна з точки зору підприємництва влада, яка формується в колективній «свідомості» недержавних громадських організацій та доводиться до відома представників влади з метою наближення реального стану влади до ідеального [4].

Отже, у дослідженні було розглянуто поняття стратегічного управління. Таким чином, запровадження системи стратегічного менеджменту в західних країнах було результатом об'єктивної необхідності. На вітчизняних підприємствах запровадження цієї системи стратегічного управління пов'язане з багатьма проблемами, передусім з усвідомленням того, що для отримання бажаного результату потрібно одночасно вирішувати поточні і стратегічні завдання.

Єдиного плану оптимального управління підприємством просто не існує, у кожного підприємства є свої особливості, для якого необхідно вибирати той тип управлінської поведінки, який найбільше відповідає певному виду проблеми в даній організації.



### **Список використаних джерел:**

1. Маліновська О.Я., Особливості оцінки ефективності державного управління / О.Я. Маліновська, Ю.В. Жижка // Сучасна парадигма публічного управління [матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (17-18 жовтня 2019 р., м. Львів) ] / за наук. ред. к.е.н., доцента Стасишина А.В. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – С. 53-57.
2. Маліновська О.Я. Особливості формування системи управління якістю діяльності органів виконавчої влади. / О.Я. Маліновська, В.І. Кухар // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент – 2019. – № 36. – С. 86-90.
3. Довгань Л.Є. Стратегічна стійкість у системі стратегічного управління підприємством/ Довгань Л.Є., Мохонько Г. А.//Актуальні проблеми економіки. – 2010. - №11. - С.118
4. Кашуба Я. М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва/ Кашуба Я. М.// Економіка та держава. – 2011. - №9. – С.16

**Козлов О.Ю.**, студент

**Науковий керівник: Громова О.Є.**,

к.е.н., доцент

Вінницький торгово-економічний інститут

КНТЕУ, м. Вінниця, Україна

## **МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ**

Розвиток ринкових відносин і посилення конкурентних процесів актуалізує необхідність вивчення і розуміння психології споживача та причин прийняття ним певних рішень. У конкурентній економічній системі для виживання і розвитку керівництву підприємства необхідне точне розуміння поведінки споживача: як він купує, чому купує, де купує, що саме купує і т. д. Тому сучасним менеджерам і маркетингологам слід знати, хто є їх клієнтами, чому вони вибирають певні продукти, мотиви їх вибору тощо, адже успішна діяльність підприємства залежить насамперед від того, наскільки кожна стадія бізнесу — продукт, реклама, післяпродажне обслуговування і т. д. — задовольняє потреби споживача.

Якісні дослідження використовують для первинного дослідження маркетингової проблеми і припускають невеликий обсяг досліджуваної проблеми, проте результати якісних досліджень не можна представити у кількісній формі. Якісні методи припускають збір інформації у вільній формі; вони фокусуються не так на статистичних вимірах, а спираються на розуміння, пояснення та інтерпретацію емпіричних даних, є джерелом формування гіпотез і продуктивних ідей. Завдання методів якісних досліджень – отримати розвідувальні дані, а не кількісний розподіл думок. У якісних методах для того, щоб пояснити, інтерпретувати поняття, використовуються не цифри, а слова. Іншими словами, вони відповідають не на питання «скільки», «як» і «чому».

Кількісні дослідження розраховані на аналіз великого обсягу даних і надання результатів дослідження у кількісному та відсотковому співвідношенні (наприклад, % споживачів, які відвідують заклад для дружніх або ділових зустрічей, для недільного обіду з сім'єю).

Кількісні дослідження розуміють проведення різних опитувань, заснованих на використанні структурованих питань закритого типу, на які відповідає велика кількість респондентів. Головним завданням кількісних досліджень є отримання чисельної оцінки стану ринку або реакції респондентів на якусь подію.

Ефективною є така маркетингова програма, яка включає всі елементи маркетингового комплексу та спрямована на досягнення маркетингових цілей виробника під час надання покупцям споживчих цінностей. В той же час маркетологи намагаються таким чином розробити комунікативну, товарну, цінову і збутову політику підприємства, щоб досягти бажаного впливу на поведінку споживача.

Володіння інформацією про фактори впливу на поведінку споживача та етапи прийняття ним рішення про купівлю товару не вирішує в повній мірі питання ефективного управління продажем. Для цього слід ще застосовувати маркетингові інструменти впливу на купівельну поведінку. Вони представляють собою сукупність важелів, за допомогою яких маркетолог може скеровувати покупців у напрямі здійснення ними купівлі товарів. Маркетингові інструменти необхідно розглядати у взаємозв'язку з факторами впливу на купівельну поведінку споживачів. Як вже відмічалось раніше вони між собою різняться (маркетингові інструменти вказують на те, як купівельну поведінку можна змінити в бажаному напрямі для продавця, 108 фактори впливу – від чого вона залежить). Однак, з іншого боку, вони є взаємодоповнюючими один одного. [2]

Покупці можуть по-різному реагувати на інформацію і стимули з боку виробників. Під «реакцією» розуміється будь-яка розумова або фізична діяльність, викликана стимулом. Розрізняють наступні рівні поведінкової реакції покупців:

- пізнавальна (когнітивна) реакція, що зв'язує засвоєну інформацію зі знанням;
- емоційна (афективна) реакція, зв'язана з відношенням і з системою оцінки;
- поведінкова реакція, що описує дію: не тільки акт покупки, але і поведінку після здійснення покупки.

Дослідники думають, що ці рівні ієрархічно зв'язані і покупець послідовно проходить усі три стадії в наступному порядку: пізнавальну, емоційну, поведінкову. Цю схему називають процесом навчання, що спостерігається тоді, коли покупець надає покупці великого значення. Однак досвід показав, що існують і інші ланцюжки, які утворюють процес реакції, що враховують не тільки ступінь залучення, але і розбіжності у способах сприйняття людьми навколишньої дійсності.

Відомі два способи сприйняття дійсності: інтелектуальний і емоційний. При інтелектуальному сприйнятті пізнання спирається на логіку, аналіз і фактичну інформацію. При емоційному — на емоції, інтуїцію і почуття. При виборі покупцями різних категорій продуктів переважає то один, то інший спосіб сприйняття дійсності.

Пізнавальна реакція зв'язана з інформацією і знанням, яка зберігаються в пам'яті і впливають на інтерпретацію стимулів, що впливають, до закупівлі.

Споживачі, довідавшись про марку, керуються враженнями, що складаються на основі сприйняття інформації про характеристики марки. Сприйняття є одним з аспектів підсвідомого процесу, за допомогою якого інформація з зовнішнього середовища трансформується в думку, переконання, відкладається в пам'яті і стає керівництвом до дії. Таким чином, сприйняття — це процес, за допомогою якого людина відбирає, організує й інтерпретує інформацію, що надходить.

Навчання, як і сприйняття, є реакцією у відповідь споживачів на стимули різноманітної природи. Вивчення цього процесу відіграє важливу роль у поясненні деяких аспектів поведінки споживачів і має практичне значення для управління маркетингом. Більшість інформації, що зберігається в пам'яті, про продукти і послуги є результатом навчання. Ця інформація часто утворює основу поведінки.

Поведінка споживачів — це набута, засвоєна поведінка. Смаки, цінності, переконання, переваги, звички, що впливають на поведінку в процесі покупки і споживання, є результатом минулого навчання. Тому розуміння цього процесу є необхідною умовою для діагностики споживчої поведінки. Доцільно приділяти засвоєнню інформації (навчання) основну увагу ще і тому, що головною метою маркетингової діяльності є імплантація визначеної інформації (про торговельну марку, місцезнаходження магазину, майбутньому розпродажу, образу товару) у свідомість споживача. [3]

Система маркетингової діяльності, в якій центральною постаттю виступає споживач, динамічно розвивається і володіє емерджентними властивостями. Своєю поведінкою споживач визначає, які товари виробляти, як їх виробляти і для кого. Набір цих відповідей визначає основну стратегічну лінію маркетингу. [1]

*Список використаних джерел:*

1. Дешевенко Л.П., Дьячук І.В. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту / Л.П. Дешевенко, І.В. Дьячук, 2015. 127 с.
2. Методичні рекомендації до самостійної роботи з навчальної дисципліни "Поведінка споживачів" для студентів напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної форми навчання / уклад. І. І. Мироненко. Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 108 с.
3. [Електронний ресурс] <https://msn.khnu.km.ua/mod/resource/view.php?id=58006>

**Кравцов .Д.А., студент**  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,**  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

## **ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ EBITDA**

Загострення конкуренції спонукає підприємства активізувати боротьбу за платоспроможного покупця, його прихильність та лояльність. Але значна частина вітчизняних підприємств не готові до активного ведення конкурентної боротьби через відсутність відпрацьованої методики оцінки конкурентоспроможності та вміння реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища [1, с.14].

Актуальність пошуку потенціального впливу оцінки вартості бізнесу різні складові діяльності підприємств стимулює пошук методики оцінки конкурентоспроможності, що враховувала б вплив зміни вартості бізнесу.

Підприємство могло акумулювати грошові кошти три квартали поспіль, а в четвертому витратити їх на погашення заборгованості, тим самим значно скоротивши чистий прибуток. Тому вважаємо недоцільним використовувати показники прибутковості та рентабельності і пропонуємо використовувати показник EBITDA - прибуток до вирахування відсотків, податків, зносу та амортизації [2].

EBITDA показує, скільки грошей компанія здатна генерувати до їх розподілу на виплату податків, відсотків, а також зносу та амортизації, яка може бути великою та скоротить чистий прибуток в капіталомістких галузях.

Таким чином, фінансовий показник EBITDA є менш схильним до волатильності, ніж чистий прибуток, але при цьому не містить у собі собівартість реалізованої продукції, постійних нерозподілених витрат, а також не включає інші доходи та витрати.

EBITDA застосовують для розрахунку мультиплікаторів, де показник зазвичай замінює чистий прибуток для отримання менш волатильних даних, проте здатних відображати генерацію грошових коштів компанією.

Отримані дані по EBITDA та чистому доходу дозволять розрахувати операційну рентабельність.

Показник операційної рентабельності - це фінансовий коефіцієнт, який використовується для оцінки рентабельності компанії шляхом зіставлення її виручки з EBITDA.

Оскільки показник EBITDA отриманий з чистого доходу, цей показник вказує процентну частку прибутку компанії, що залишилася після операційних витрат.

Цей коефіцієнт має велику значимість, так як вказує на те, що компанія може зберегти свої доходи на хорошому рівні за допомогою ефективних процесів, які стримують певні витрати на низькому рівні.

Згадані вище показники дозволять розрахувати такі мультиплікатори.

1) Мультиплікатор Sales / EV - коефіцієнт [3, с.24], який відображає ступінь ефективності використання ресурсів

Інакше кажучи, мультиплікатор визначає скільки одиниць виручки принесе одиниця вартості бізнесу.

Чим вищим є даний мультиплікатор, тим більше вартість бізнесу відповідає займаній частці ринку.

Цей факт, в свою чергу, може бути індикатором для власників для прийняття рішення про експансію ринку або продажу бізнесу;

2) Мультиплікатор EBITDA / EV - коефіцієнт дозволяє визначити [3, с.24], чи є компанія недооціненою або переоціненою.

Високе значення коефіцієнта EBITDA / EV вказує на те, що досліджувана організація може бути недооцінена, а низьке значення коефіцієнта EBITDA / EV вказує на те, що організація може бути переоцінена.

Також показник використовується для пошуку привабливих кандидатів на поглинання. Організація з високим коефіцієнтом EBITDA / EV буде розглядатися як гідний кандидат на поглинання.

3) Мультиплікатор EBITDA / Sales - коефіцієнт [3, с.25], який використовується для оцінки рентабельності компанії шляхом зіставлення її виручки з прибутком.

Зокрема, оскільки показник EBITDA отриманий з доходу, цей показник вказує процентну частку прибутку компанії, що залишилася після операційних витрат.

Конкурентоспроможність підприємства характеризує відповідність вартості бізнесу займаній частці ринку та іншими ключовими показниками, що мають більше значення в досліджуваній галузі.

Основна ідея апробації - виявлення відповідності вартості бізнесу та займаної частки ринку та розрахунок підсумкового показника конкурентоспроможності. Пропонується дотримуватися такої схеми розрахунку:

- в обраній галузі та на локальному ринку формується група підприємств, про яку відома інформація про їх ресурси та результати їх діяльності;

- за результатами публічної фінансової звітності (бажано розглядати динаміку від 3 років) встановлюються проміжок оцінки;

- визначаються ключові показники для конкретно розглянутої галузі;

- проводиться порівняння показника конкурентоспроможності для кожного підприємства з групи однієї галузі.

Чим вище показник конкурентоспроможності в порівнянні з іншими підприємствами, тим нижче безпека капіталу. Це пояснюється наявністю в розрахунках показника EV / EBITDA, який сигналізує про ступінь недоціненості або переоціненості бізнесу.

Розрахунок показника конкурентоспроможності підприємства може використовуватися менеджментом при формуванні стратегії або можливих ймовірних дій конкурентів.

Методика також є корисною для потенційних інвесторів або компаній, які мають наміри зайти на ринок в той момент, коли конкурентні переваги підприємства ще не проявилися.

Таким чином, використання запропонованої схеми дозволяє зробити наступні висновки:

- показник конкурентоспроможності характеризується ключовими показниками, визначеними в даній роботі та припускають дослідження інших відносних ключових показників в заданій галузі;

- на підставі отриманих результатів з'являється інструмент для прийняття рішення про проведення детальної оцінки конкурентоспроможності організації;

- методика базується на відносно простому та зрозумілому для використання алгоритму дій;

- методика базується на кількісних методах оцінки, показники яких можна безпосередньо виміряти або синтезувати, базуються на доступних, достовірних та класичних показниках фінансової звітності;

- застосування методу експертних оцінок обмежене тільки визначенням вагових коефіцієнтів;

- результат методики - кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства подається у вигляді математичного виразу.

- **Список використаних джерел:**

1. Білоусько Т.Ю. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник. / Т.Ю. Білоусько.- Х.: ХНАУ, Харків, 2016.- 225 с.

2. Altman, Edward I., "Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy", Journal of Finance (September 1968): pp. 589-609.

3. Erlich M., Hein J. The competitive position of US Exporters №4 // The conference Board - 1968.- № - 3 101.P.7-70.

4. Горбашко Е.А. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика: учебник для магистров. М.: Юрайт, 2014. 447 с. 13. Демченко С.Г. Конкурентоспособн

5. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

**Кривенко Я.В.**, студентка  
**Науковий керівник: Обнявко О.В.**,  
к.е.н., доцент Одеський національний  
економічний університет, м. Одеса, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

За визначенням ААМ, маркетинг – це процес планування та управління розробкою виробу, ціноутворення, просування і реалізації ідей, товарів і послуг шляхом обміну, який задовольняє цілі окремих осіб і організацій [1, с. 13]. В процесі еволюції маркетинг постійно вдосконалювався з метою пошуку найбільш ефективних методів та інструментів задоволення потреб споживачів.

Актуальність теми обумовлена тим, що на даний момент маркетинг є домінуючим елементом корпоративної культури компанії, який забезпечує високу товарну цінність для споживача і його лояльність до бренду у процесі взаємодії. Він стає функцією і одним з основних елементів управління компанією, центральною ланкою, що забезпечує реалізацію корпоративної стратегії і досягнення конкурентної переваги на ринку.

Маркетинг пройшов довгий шлях за останні кілька десятиліть, особливо після науково-технічної революції. Хоча визначення маркетингу залишається незмінним – виявлення та задоволення потреб клієнтів заради отримання прибутку – його основна суть набула багатовимірної форми. Зростання значення споживача, його потреб та інтересів на фоні інтенсивних глобалістичних тенденцій спричиняє появу нових підходів до ведення маркетингової діяльності. Сучасний маркетинг бере традиційні принципи та основи маркетингу та змінює сам процес комунікації, надаючи можливість швидше адаптуватися до змін.

В останні роки з'явилися та набули значного розвитку наступні види маркетингу: Інтернет-маркетинг, нейромаркетинг, партнерський маркетинг, product placement, маркетинг відносин, партизанський маркетинг, «зелений» маркетинг. Важко передбачити, які методи будуть найбільш ефективними у постійно мінливих умовах маркетингу. Коли маркетологи вважають, що вони зрозуміли свою аудиторію, нова технологія, нова поведінка або навіть абсолютно нова аудиторія змінює все. Однак, якщо практично обмірковувати закономірності минулих років і звернути увагу на можливі напрямки подальшого розвитку, можна виділити маркетингові тенденції, що набувають все більшої популярності у 2019 році та вплинуть на методи ведення маркетингової діяльності у наступні декілька років.

Інтернет-видання Entrepreneur та Forbes, а також компанія IBM виявили наступні тенденції розвитку маркетингу:

- Зростання ролі штучного інтелекту у персоналізації та автоматизації маркетингових процесів. Маркетингові інструменти на основі штучного інтелекту змінюють характер того, як маркетологи приймають рішення та розгортають кампанії. Гіпер-персоналізація все частіше ґрунтується на прогнозованій поведінці конкретного індивіда, а не на статичному аналізі сегмента. Системи, засновані на штучному інтелекті, полегшують ведення персоналізованих маркетингових комунікацій, надаючи релевантний контент, аналізуючи кожен попередню взаємодію клієнта з брендом [2].

- Зміщення «маркетингової воронки». В останні десятиріччя багато компаній приймали до цільової аудиторії будь-кого, оцінюючи споживачів лише за рівнем прибутковості та відхиляючи їх, якщо вони вважаються непридатними. Замість того, щоб відкривати «маркетингову воронку», яка приймає кожного платоспроможного споживача, компанії починають звертатися до людей, беручи до уваги психографічні, соціальні та інші характеристики, що є більш економічно ефективним та забезпечує довіру і встановлення довгострокових відносин [3].

- Стурбованість споживачей безпекою персональної інформації. Після введення в Європі у 2018 році General Data Protection Regulation («Загальний регламент захисту даних»), споживачі починають приділяти більше уваги тому, як підприємства обробляють свою інформацію [3].

- Використання можливостей голосових асистентів та чат-ботів. Згідно зі звітом Grand View Research, світовий ринок чат-ботів досягне 20 млн. дол. США до 2025 року, збільшуючись щорічно на 24,3%, та 45% відсотків кінцевих користувачів віддають перевагу використанню чат-ботів для отримання сервісного обслуговування [2].

- Використання великої мережі висококваліфікованих мікро-інфлюенсерів у соціальних медіа, замість меншої кількості більш відомих з великою аудиторією, але нижчим рівнем довіри. Це дозволить уникнути значних витрат, а також інвестувати в більш глибокий та взаємопов'язаний маркетинг відносин.

- Ріст популярності відео контенту: як показує статистика, маркетологи, що використовують відео контент, досягають 54% підвищення обізнаності про

бренд [4]. Крім того, все більше використовується не традиційне горизонтальне, а вертикальне відео, через поширення IGTV – сервісу перегляду відео, заснованого однією з найбільш популярних соціальних платформ – Instagram.

– Перетворення споживачів на «послів бренду» («brand ambassadors»), через заохочення їх ділитися інформацією про продукт у різних соціальних мережах.

Розглянувши тенденції розвитку маркетингу у наступні роки, слід звернути увагу на проблеми і виклики, з якими стикаються маркетологи на сучасному етапі розвитку маркетингової індустрії.

Згідно зі звітом State of Inbound Report 2017, компанії стикаються з наступними проблемами у сфері маркетингу: пошук спонсорів, пошук талановитих спеціалістів, тренування кадрів, створення контенту для інтернаціональної аудиторії, управління веб-сайтом, пошук правильних технологій для задоволення потреб споживачів, забезпечення достатнього бюджету для проведення маркетингових заходів, підтвердження рентабельності маркетингових заходів, генерування трафіку на веб-сайті [4].



Рис. 1. Найбільш поширені маркетингові проблеми згідно зі звітом State of Inbound Report 2017. (Джерело: складено автором за матеріалами [4])

Як видно з діаграми, більшість сучасних проблем пов'язані зі здійсненням та моніторингом маркетингових комунікацій у сфері Інтернету, фінансуванням рекламних кампаній та створенням команди висококваліфікованих кадрів. Для вирішення найбільш актуальної проблеми – успішного ведення маркетингової діяльності в Інтернеті – необхідно, перш за все, зрозуміти тип контенту, цікавий для цільової аудиторії та визначитися із платформами для його розміщення, а також використовувати можливості контекстної реклами, SMO та SEM.

Висновок: Глобалізаційні процеси у світовій економіці та зростання ролі споживача спричинили появу нових підходів до ведення маркетингової діяльності. У 2019 році набувають популярності такі маркетингові тенденції:



персоналізація та автоматизація маркетингових процесів, використання можливостей голосових асистентів та чат-ботів, зростання уваги до методів обробки персональної інформації, новий підхід до просування продукції у соціальних мережах та ріст популярності відео-контенту. Не можна забувати про проблеми, що існують на сучасному етапі розвитку маркетингової індустрії, а саме здійснення та моніторинг маркетингових комунікацій у сфері Інтернету, фінансування рекламних кампаній та створення команди висококваліфікованих кадрів.

**Список використаних джерел:**

1. Балацький Є.О. Маркетинг / Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф.. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 404 с.
2. 2019 Marketing Trends [Електронний ресурс] // IBM. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ibm.com/watson/marketing/resources/2019-marketing-trends/#section-5>.
3. Deep Patel. 10 Marketing Trends to Watch in 2019 [Електронний ресурс] / Deep Patel // entrepreneur. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.entrepreneur.com/article/324043>.
4. Lindsay Kolowich. 8 of the Top Marketing Challenges Marketers Will Face This Year [Електронний ресурс] / Lindsay Kolowich // hubspot – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33820/5-major-challenges-marketers-face-and-how-to-solve-them.aspx>.

**Кузів О.А.,** магістр  
**Науковий керівник: Ховрак І.В.,**  
 к.е.н., доцент  
 Кременчуцький національний університет  
 імені Михайла Остроградського, м.  
 Кременчук, Україна

**ПОВЕДІНКОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА БАНКІВСЬКІ КРЕДИТНІ ПРОДУКТИ**

Досить тривалий час процеси ціноутворення на ринку банківських кредитних продуктів базувались на раціональності учасників ринку. Однак, сучасні дослідження у сфері поведінкової економіки та фінансів спростували гіпотезу про раціональність вибору клієнтів та гіпотезу про раціональне ціноутворення на ринку банківських послуг та продуктів. Так, численні дослідження доводять, що вибір споживачів та їх лояльність залежать не тільки від ціни, а також від рівня довіри до бренду, наявності стратегій корпоративної соціальної відповідальності [1-3]. В таблиці 1 наведено порівняння раціонального та поведінкового підходів до ціноутворення на банківські кредитні продукти.

Таблиця 1

Порівняння раціонального та поведінкового підходів до ціноутворення на банківські кредитні продукти

Критерій порівняння	Раціональний підхід	Поведінковий підхід
Наявна інформація	Симетрична	Асиметрична
Відношення до інформації	Використання всієї наявної інформації	Використання всієї необхідної інформації
Фокус дослідження	Змінні, статистичні	Кейси; ізоморфні

	моделі	алгоритми
Фундамент для аналізу	Матрична алгебра	Булева алгебра
Суб'єкт прийняття рішень	Індивід	Група
Роль клієнта	Ігнорування	Зворотній зв'язок
Рівень конкуренції	Багато клієнтів і продавців	Мало клієнтів і продавців
Основна мета діяльності	Максимізація прибутку	Високопрофесійне надання послуг

\* складено за даними джерела [4]

В управлінській практиці банківських установ головна увага при обґрунтуванні ціноутворення на кредитні продукти належить економічному аналізу. Однак не слід нехтувати поведінкові та психологічні аспекти при прийнятті відповідних управлінських рішень, адже клієнти схильні порушувати принципи раціонального вибору.

*Список використаних джерел:*

1. Trynchuk V., Khovrak I., Dankiewicz R., Ostrowska-Dankiewicz A., Chushak-Holoborodko A. The role of universities in disseminating the social responsibility practices of insurance companies. *Problems and Perspectives in Management* 2019, 17(2):449-461
2. Тринчук В.В. Ховрак І.В. Соціальна відповідальність як стратегічний пріоритет розвитку страхового бізнесу. *Страхова справа*. – 2018. – № 4 (72). – С. 24-27.
3. Ховрак І.В. Кузів О.А. Архітектура репутаційного капіталу банківських установ. *Економіка. Фінанси. Право*– 2018. – № 4/3. – С. 16-19.
4. Woodside Arch G. (2014). *The General Theory of Behavioral Pricing: Applying Complexity Theory to Incorporate Heterogeneity and Achieve High-Predictive Validity*. Boston College. Retrieved from: <https://espace.curtin.edu.au/>

**Кулина Г.М.**, к.е.н., доцент кафедри ФМС  
Тернопільський національний економічний  
університет, м. Тернопіль, Україна

## **МОДИФІКАЦІЯ РОЛІ МЕНЕДЖЕРА ОРГАНІЗАЦІЇ В НЕОЕКОНОМІЦІ**

Соціально-економічні перетворення, які обумовлені індустріалізацією та цифровізацією, торкаються усіх без винятку сфер життєдіяльності світової спільноти в контексті забезпечення креативного добробуту останньої. Визначальними рисами нової економіки є: продуктивність, яка все більшою мірою залежить від використання досягнень науки і техніки, якості інформації та менеджменту; перехід виробників і споживачів від матеріального виробництва в інформаційну діяльність (у розвинених капіталістичних країнах); глибока трансформація організації виробничого процесу, яка полягає у заміні стандартизованого масового виробництва гнучким і вертикально інтегрованою організації горизонтальними мережними взаєминами між підрозділами; глобалізація, у відповідності з якою усе організовується незалежно від кордонів; революційний характер технологічних змін, центральне місце в якому посідають

інформаційні технології, здатні змінювати матеріальну основу сучасного світу [1, с. 16-17].

Вважаємо, що прискорений інформаційний розвиток екосистем висуває нові вимоги й до майбутніх менеджерів, адже від їх професійних знань і ціннісних орієнтацій залежить успіх бізнес-процесів в організаціях. Перш за все це стосується питання перманентного навчання упродовж всього життя, яке необхідно поєднувати із творчістю, вмінням працювати у команді та особистою відповідальністю за отримані результати. Більше того, Т.М. Глушман окреслює три рівні сформованості менеджера до професійної діяльності – низький, середній та високий [2, с. 12]. Згідно першого, майбутні управлінці недостатньо усвідомлюють мотиви власної професійної діяльності, не об'єктивно оцінюють готовність до професійної діяльності, що обумовлює відсутність індивідуального стилю управління. Наступний – середній рівень – характеризується зацікавленістю керівника до розвитку професійної культури, оцінкою власних професійних обов'язків та роду зайнятості. Високий рівень передбачає: глибоке розуміння сутності професії менеджера організацій майбутнім управлінцем, сформованість професійних компетентностей і усвідомлення морально-етичних норм управління, вміння організації професійної діяльності та самоаналіз прийнятих рішень, відповідальність за отриманий результат. Відтак, ті фахівці, які відповідають останньому високому рівню сформованості менеджера до професійної діяльності і виступають тими управлінцями, які можуть конкурувати в неоекономіці та спроможні досягнути найвищих результатів.

Варто підкреслити, що ефективне управління повинно відбуватись не лише в комерційних структурах, а й організаціях соціальної сфери, адже воно дозволяє забезпечити соціальні трансформації в суспільстві, громаді чи житті окремо взятого громадянина. Водночас, професійна діяльність менеджерів соціальної сфери покликана сприяти пошуку та більш ефективному використанню ресурсів для задоволення індивідуальних чи суспільних потреб та реалізації принципу соціальної справедливості в соціумі.

При цьому, ефективне управління соціальною організацією передбачає сформованість у менеджерів певної сукупності навичок і здібностей, до яких відносимо: вміння управляти собою та підлеглими (навчати і розвивати); наявність чітких особистих цінностей і професійних компетентностей; усвідомлення морально-етичних норм управління і сучасних управлінських підходів; здатність встановлювати чіткі особисті цілі, чинити вплив на оточуючих, формувати і розвивати ефективні робочі групи; готовність до інновацій та інформаційних змін.

Загалом основні завдання, які стоять перед сучасними менеджерами організацій в процесі їх професійної діяльності полягають у наступному:

- по-перше, вміле використання стратегічного мислення задля планування бізнес-процесів організації з урахуванням майбутнього розвитку соціальної сфери та екосистем;

- по-друге, моніторинг бізнес-середовища з метою визначення і своєчасного реагування на неочікувані зміни та внесення відповідних коректив, виходячи з нових умов функціонування;

- по-третє, імплементація інноваційного мислення та сприяння ініціативності співпрацівників за рахунок саморозвитку, самонавчання, самовдосконалення. У цьому контексті вирішальну роль відіграє апробація сучасних методик і технологій управління;

- по-четверте, розвиток командного духу та прояв лідерських здібностей, адже на сьогодні менеджери мають навчитись працювати і як члени команди, і як її лідери. За рахунок створення відповідних умов, розробки й апробації ефективної мотиваційної політики менеджери забезпечать творче зростання підлеглих. У підсумку, це сприятиме більш ефективній організації праці, забезпеченню кращих результатів.

Таким чином, в умовах неоекономіки простежується модифікація ролі і призначення менеджерів організації. Це проявляється в розвитку нових професійних якостей і навичок, а також розширенні фахових компетентностей, які б відповідали сучасним запитам і потребам.

*Список використаних джерел:*

1. The Information Economy and the New International Division of Labor / Castells M. eds. // The New Global Economy in the Information Age: Reflections on our Changing World. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 1993. P. 15–19.

2. Глушман Т.М. Компоненти професійної культури майбутнього менеджера // Scientific Journal «ScienceRise: Pedagogical Education». 2016. № 5 (1). С. 8–13.

**Кухарчук І.О., Петрук Т.А.,** студентки  
**Науковий керівник: Підкамінний І.М.,**  
д.екон.н., доцент Київський національний  
торговельно-економічний університет,  
м. Київ, Україна

## **ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

За оптимальне функціонування будь-якого підприємства та підвищення його економічного потенціалу відповідають безліч сфер та ланок, що потребують відповідного розвитку і взаємодії. Однією з таких складових підприємства є система екологічної безпеки, частиною якої є екологічний менеджмент, що відповідає за розв'язання екологічних проблем промислового виробництва.

Його метою є мінімізація негативних впливів діяльності підприємства на навколишнє природне середовище. Слід звернути увагу на те, що під системою екологічного менеджменту підприємства мається на увазі впровадження інноваційних енергоощадних та природоохоронних технологій, що зробить виробництво економічно вигідним, екологічно безпечнішим та соціально необхідним.

Погіршення екологічної ситуації під впливом підприємств промислового сектора – важлива світова проблема сучасності. Найбільшу кількість забруднювачів поставляють такі джерела:

- добування корисних копалин;
- розорювання і меліорація земель;
- виробництво будівельних матеріалів;
- металургія;
- гірничорудна промисловість;
- автотранспорт;
- теплоенергетика.

У відсотковому співвідношенні на першому місці в Україні за кількістю викидів знаходиться автотранспорт (40% викидів), на другому - теплоенергетика (30%) та промисловість (30%) [1, с. 15].

Варто зазначити, що тема екології та захисту навколишнього середовища стає все більш актуальною на теренах нашої держави. На сьогодні дедалі більше українських університетів запровадили такі спеціальності як: «екологічний менеджмент», «менеджмент природоохоронної діяльності», «екологічний аудит і моніторинг», «екологічна безпека» та «екологічне підприємництво».

Однак, примітивне бачення екологічного менеджменту керівництвом багатьох підприємств все ще залишається актуальною проблемою, адже він розглядається не як можливість для отримання конкурентних переваг, а як певні загрози чи перепони подальшого розвитку, що потребують значних витрат часу і ресурсів.

Досвід функціонування провідних компаній світу засвідчує, що використання інструментарію соціальної відповідальності та й екологічної складової позитивним чином впливає на конкурентоспроможність досліджуваного підприємства [1, с. 16]. Також було помічено, що підприємства, які імплементували та використовують концепцію екологічного менеджменту мають більше можливостей зацікавити потенційних інвесторів у своїх проектах. Паралельно з цим простежується збільшення частки експорту у країн, що проводять державну екологічну політику, через зростання частки екологічно чистих товарів та послуг. Оскільки соціально-відповідальний бізнес набуває все більшого поширення і популярності не лише у бізнес-середовищі, але й у споживачів, то є всі підстави вважати, що ці тенденції підсилюватимуться й надалі. Більше того, значущість таких підприємств для суспільства буде також зростати.

Наприклад, швейцарська фірма SQS провела опитування близько 500 європейських компаній, які використовують ISO-стандарти, на предмет ефективності екологічної сертифікації з метою аналізу впровадження екологічного менеджменту. Результати опитування показали, що понад 80 % компаній вважають цю діяльність ефективною, у тому числі 60 % окупили свої капіталовкладення за один рік. Крім того, 80 % тих, що дали позитивний відгук, впевнені в майбутньому одержанні доходів від проведених заходів [2, с. 5-9].

Незважаючи на збільшення витрат підприємства, впровадження на виробництві інноваційних екологічних технологій (система очищення стічних вод, повітря, раціональна утилізація промислових відходів) сприятиме росту економічного добробуту компанії, забезпечить конкурентоспроможність їх продукції, підвищить рівень екологічної безпеки території, та здоров'я людей, що на ній проживають. Тому, від топ-менеджменту підприємства залежить введення концепції екологічного менеджменту і її сприйняття, як додаткової конкурентної переваги чи марної трати коштів та ресурсів.

В Україні функціонують підприємства, що займаються впровадженням системи екологічного менеджменту, серед яких рідко можна зустріти малі підприємства, оскільки малий бізнес не має можливості впроваджувати таку систему в повному обсязі, через значні витрати (сертифікація та нестача кваліфікованого персоналу).

Першим підприємством, що впровадило й отримало національний сертифікат на систему управління навколишнім середовищем, було харківське ПП «Екотон» – виробник аераторів полімерних і фільтруючих елементів. У 2008 році корпорація «Оболонь» першим серед підприємств харчової промисловості України сертифікувала одразу чотири системи управління за міжнародними стандартами: ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю), ДСТУ ISO 22000:2007 (Системи управління безпечністю харчових продуктів), ДСТУ ISO 14001:2006 (Системи екологічного керування), ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці) [3, с.134].

Сертифікати відповідності згідно з вимогами стандарту ISO 14001 отримали також Житомирський маслозавод «Рудь», міжнародний аеропорт «Бориспіль», морський порт «Південний» (Одеса). На жаль, сьогодні конкурентоспроможність промислових товарів на вітчизняному ринку практично не залежить від екологічної чистоти їх виробництва. Головна проблема полягає в тому, що більшість українських підприємств досі не змінили свого ставлення до екології як до затратного механізму. Вони далекі від розуміння тих конкурентних переваг, які можуть бути отримані в результаті застосування цього перспективного напряму управління.

Серед проблем впровадження цієї системи також слід виділити:

- відсутність комплексної законодавчої бази з екологічного менеджменту;
- економічна нестабільність в країні (мінімізує можливості додаткового фінансування різних екологічних проектів);
- низький рівень організаційної культури на підприємствах;
- недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів з екологічного менеджменту [4, с. 104-105].

Проте, можливості, що підприємство може отримати у довгостроковій перспективі значно переважають над зазначеними вище труднощами.

Отже, впровадження системи екологічного менеджменту на підприємстві є досить перспективним і актуальним у сучасних еколого-економічних умовах господарювання. Побудова ефективних систем екологічного менеджменту на вітчизняних підприємствах дозволить суттєво економити матеріали, сировину,

енергетичні ресурси, знизить штрафні санкції та екологічні платежі; до того ж дозволить збільшити конкурентноспроможність на ринку шляхом покращення його репутації, удосконалення управління витратами, розширення доступу на закордонні ринки тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Демяненко К. А. Екологічний менеджмент у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 / Демяненко Катерина Анатоліївна – Київ, 2018. – 20 с.
2. Granatstein David. Emerging Ecolabels for Food Products. Center for Sustaining Agriculture and Natural Resources. – Washington State University, Wenatchee. – 2011. – р. 5-9.
3. Еколого-економічні засади раціонального природокористування: теорія та практика реалізації : [кол. моногр.] / Л. В. Єлісеєва, В. І. Ліщук, О. М. Стрішенець [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Стрішенець. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – 236 с
4. Екологічний менеджмент підприємства / Ю. В. Білявська // Економіка України. - 2016. - № 4. - С. 104-111.

**Лажнік Д. Ю.**, студент  
**Науковий керівник: Колосок А. М.**,  
к.е.н., доцент Східноєвропейський  
національний університет ім. Лесі Українки,  
м. Луцьк, Україна

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Умови, в яких нині перебуває економіка України, актуалізують вплив людського фактора на виробничий процес, потребують нового підходу до формування системи управління персоналом на промислових підприємствах. Підготовка компетентних працівників, здатних до продуктивної роботи в ринкових умовах з періодичним виникненням кризових ситуацій, залежить від ефективності функціонування системи управління людськими ресурсами і є запорукою досягнення успіху підприємства.

В умовах глобалізації економічних процесів, прискореного розвитку науки, техніки й технологій конкурентні переваги підприємств можуть першочергово формуватися за рахунок ефективного використання трудового та інтелектуального потенціалу їх персоналу, оскільки саме людині належить центральне місце в системі суспільного виробництва та економічних відносин.

В економічній літературі на сьогодні на достатньому рівні досліджені проблеми управління персоналом. Зокрема, цим питанням присвячено праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як: Годящев М. О., Голубка О. Я., Коренюк П., Лизунова О. М., Партика І. В., Пуртов В. Ф., Ансофф І., Армстронг М., Друкер П., Томпсон А. та інших. В той же час питання дослідження та вдосконалення системи управління персоналом на промислових підприємствах досліджено недостатньо та потребує розгляду

З метою наукового обґрунтування і розробки практичних рекомендацій щодо організації системи управління персоналом підприємства на сучасному

етапі економічного розвитку виникає потреба проведення ґрунтового дослідження сутності, структури, специфіки організації та ризиків у системі управління персоналом, врахування чинників впливу на процеси формування, розвитку, відтворення персоналу, реалізацію його трудового та інтелектуального потенціалу в рамках конкретного підприємства. Поза увагою дослідників залишився також такий важливий аспект, як системна робота щодо оцінювання рівня ефективності системи управління персоналом підприємства та ризиків її формування і функціонування.

Метою роботи є узагальнення теоретичних основ, розробка науково-методичних положень, що стосуються організації системи управління персоналом підприємства, а також обґрунтування напрямів підвищення її ефективності.

Для досягнення визначеної мети були поставлені наступні завдання:

- розкрити сутність системи управління персоналом підприємства та визначити її складові;
- розглянути існуючі методичні підходи до оцінювання системи управління персоналом підприємства;
- охарактеризувати передовий досвід формування системи управління персоналом підприємства;
- охарактеризувати особливості функціонування ТОВ «Єврофест» та провести аналіз основних техніко-економічних показників його діяльності;
- здійснити оцінку системи управління персоналом ТОВ «Єврофест»;
- провести дослідження ризиків у системі управління персоналом підприємства;
- удосконалити систему управління персоналом ТОВ «Єврофест»;
- обґрунтувати технологію ґрейдингу як фактора підвищення ефективності системи управління персоналом підприємства;
- визначити шляхи зменшення ризиків у системі управління персоналом підприємства.

Об'єктом дослідження є процес організації системи управління персоналом підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та методичні підходи до з'ясування сутності та складових системи управління персоналом підприємства, а також напрями підвищення її ефективності на ТОВ «Єврофест».

Основні теоретичні положення роботи обґрунтовані і доведені до рівня методичних і практичних рекомендацій щодо удосконалення системи управління персоналом підприємства, серед яких найбільшу значимість мають:

- рекомендації щодо формування ефективної системи управління персоналом підприємства на засадах включення до її структури низки функціонально важливих елементів;
- пропозиції щодо впровадження технології ґрейдингу на підприємстві, що позитивно вплине не тільки на мотивацію працівників до професійного розвитку та підвищення результативності діяльності, але й сприятиме підвищенню ефективності системи управління персоналом підприємства;



– пропозиції по уникненню, запобіганню, прийняттю, розподілу, передачі та обмеженню ризиків у системі управління персоналом підприємства.

Визначено пріоритетні напрями розвитку системи управління персоналом ТОВ «Єврофест», успішна реалізація яких забезпечить стабільність та цілісність системи, а також позитивно вплине на діяльність персоналу зокрема та підприємства загалом.

*Список використаних джерел:*

1. Годящев М. О. Управління персоналом підприємства як фактор підвищення його ділової активності. Бізнес та інтелектуальний капітал. Інтелект XXI. 2017. № 3. С. 74-79.
2. Голубка О. Я., Дідович Ю.О., Копусяк Я.Ф. Аналіз методів управління персоналом. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. № 5-1 (05). С. 113-117.
3. Коренюк П. Удосконалення управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2018. № 4. С. 86-92.
4. Лизунова О. М., Іщенко Я.Г., Кондрашова Г. В. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства. Економіка і суспільство. 2018. №14. С. 448-456.
5. Партика І. В. Сучасні підходи до управління персоналом на інноваційних засадах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 8. С. 559-561.
6. Пуртов В. Ф., Перепічай К. С., Онищенко К. І. Вдосконалення системи управління персоналом промислового підприємства. Економіка і суспільство. 2018. №16. С. 461-467.

**Лебедка А.А.**, студентка  
**Науковий керівник: Шквиря Н.О.**,  
к.е.н., доцент Таврійський державний  
агротехнологічний університет  
ім. Дмитра Моторного,  
м. Мелітополь, Україна

## **МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Плоди та овочі є одним з найважливіших харчових продуктів щоденного раціону харчування людини. Це основне джерело забезпечення організму людини вітамінами, мінеральними речовинами, органічними кислотами, легко засвоєними вуглеводами, ферментними і іншими речовинами. Забезпечення належної якості свіжих і перероблених плодів і овочів на споживчому ринку є в даний час надзвичайно важливим завданням [1].

Без розширення досліджень в цій області не можна домогтися, щоб виробництво, зберігання, розподіл і реалізація харчової продукції гарантовано забезпечували безпеку і максимальну корисність продукції для людини.

Забезпечення населення свіжою овочевою продукцією в умовах несприятливого зовнішнього та внутрішнього середовища є однією з найважливіших проблем сучасного споживчого ринку [2].

Аналіз ринку овочевої продукції проводимо за допомогою дослідження поведінки покупців, що дозволить нам вивчити основні аспекти споживання

свіжих овочів. Основним завданням маркетингового дослідження є виявлення попиту на овочеву продукцію, кількості споживання овочів на тиждень, визначення критеріїв при купівлі овочевої продукції, відношення респондентів до якості, а також попит на тепличні овочі.

У ході дослідження було використано метод маркетингового дослідження – анкетне опитування споживачів, у якому взяло участь 60 мешканців м. Мелітополь. При формуванні вибіркової сукупності для проведення маркетингового опитування використовувався метод випадкового відбору. Опитування респондентів проводилось у місцях продажу свіжих овочів. У сегмент дослідження входять всі верстви населення, будь-яких вікових категорій та різним соціальним статусом.

В опитуванні прийняли участь 60 респондентів, з яких 42% чоловічої і 58% жіночої статі. Віковий інтервал опитуваних необмежений, але пріоритетну більшість складають респонденти віком від 25 до 34 років – 22% та від 35 до 44 років – 32%. Переважна більшість респондентів робітники (53%). Кількість людей в родині – переважно 2-3 чоловіка (37%).

Проаналізувавши результати опитування, активне споживання свіжих овочів зосереджено серед респондентів від 18 до 34 років. 40% респондентів відповіли, що в середньому на тиждень родина споживає 2 кг овочів і 25% – 3 кг і більше. Значна доля овочів в раціоні спостерігається в великих родин (6 і більше членів) – 83% представників цієї групи вказали на споживання від 3 кг на тиждень.

Безперечно фаворитами серед овочів є помідори та огірки. З показниками в 45% та 43% вони займають 1 і 2 місце смакових переваг опитуваних українців. Серед молоді до 35 років помідори та огірки назвали найулюбленішими 71%. Смакові переваги картоплі відмітили 38% респондентів. Другу групу становлять баклажани, перець та капуста (25% , 23% та 22% відповідно). Вони користуються популярністю серед населення віком від 35 до 64 років. Третю групу складають морква (20%), кабачок (18%) та редис (17%). До групи інших овочів було віднесено зелений салат, капуста броколі, цвітна капуста, буряк.

Майже половина опитуваних чоловіків вказала своїм улюбленим овочем картоплю. Суто чоловічими овочами залишаються цибуля та часник. Жінки в свою чергу приділили підвищену увагу баклажанам та солодкому перцю. Серед населення похилого віку помідори та огірки не користуються значною популярністю, при цьому спостерігається підвищений інтерес до недорогих овочів – картопля, морква, цибуля.

Не зважаючи на лідерство за смаковими уподобаннями, огірки та помідори по споживанню знаходяться позаду недорогих овочів – картоплі, моркви, цибулі, капусти. Огірки споживають 25 % респондентів, помідори – 28%. Такі привабливі баклажани та перець часто споживають лише 5-8% респондентів.

Переважна більшість опитуваних купує овочі на ринку, дослідження зафіксувало їх долю на рівні 63% . Недовіру до ринків проявляє лише молодь від 24 до 35 років. Організована торгівля в вигляді супермаркетів розглядається в якості постійного місця купівлі овочів лише 26% респондентів. Найбільшу долю

покупців овочів в супермаркеті складають споживачі віком від 24 до 42 років – 80%. Вуличні намети привертають усього 5% респондентів, спеціалізовані магазини – 2%. Споживачі, які не купують овочі, тому що вирощують їх самостійно, складають 3% опитуваних. 10% не мають визначеного місця купівлі овочів, тому придбавають їх де прийдеться.

Як впливає з результатів опитуваних, смакові якості овочів є вирішальним фактором при їх купівлі для переважної більшості респондентів. Зокрема 52% опитуваних зазначили, що смакові якості при купівлі свіжих овочів для них є надзвичайно важливими і 40% - дуже важливими. Екологічно чиста продукція посіла друге місце серед вирішальних чинників при купівлі свіжих овочів. Загалом 85% респондентів вибрали даний фактор як надзвичайно та дуже важливий. Доступна ціна овочевої продукції посідає третє місце в цьому переліку (82%). 69% та 54% респондентів важливими характеристиками при купівлі овочів вважають зовнішній вигляд та виробництво продукції українськими виробниками. Це переконливо свідчить про те, що вітчизняна овочева продукція стає дедалі конкурентоспроможною.

Для 35% опитаних споживачів важливими факторами є відсортована та відкалібрована продукція овочівництва в зручній упаковці.

Якість овочів не влаштовує 20% респондентів, 23% - відносно влаштовує. Різноманітність, яка представлена сьогодні на ринку овочів не влаштовує 10% опитуваних і 18% відносно влаштовує. При негативній оцінці якості та різноманітності овочів основним мотивом є погана збереженість – 42% та насиченість хімікатами – 35%.

Споживанням овочів задоволені 57% респондентів, вони вважають що споживають достатньо. Особливо це стосується активних споживачів – серед опитуваних від 25 до 34 років задоволені 77%, серед тих родин, хто споживає 3 кг і більше – 73%. Серед тих, хто вважає своє споживання овочів недостатнім, основною причиною цього вказує сезонність реалізації – 38%, високу ціну – 25% та погану якість – 21%. Як видно з результатів опитування, 72% респондентів споживають тепличні овочі. Серед них 75% віком від 18 до 24 років і 68% від 25 до 34 років. Серед тепличних овочів перше місце по споживанню займають огірки та помідори 70% та 65% відповідно. 58% опитуваних вказали, що до їхнього раціону входить редис. Лише 5% респондентів вказали на споживання тепличної цибулі та 19% – на баклажани.

Як свідчать результати дослідження, критерії при купівлі тепличних овочів майже не відрізняються від критеріїв купівлі овочів загалом. Перше місце також займає екологічна чистота продукції овочівництва та смакові якості. Надзвичайно важливим є також вітчизняний виробник – 38% опитуваних. 65% респондентів відмітили важливість такого критерію, як висока ціна. Це обумовлено сезонністю виробництва та реалізації овочевої продукції.

Проаналізувавши споживчий попит на овочеву продукцію за допомогою анкетування можна зробити наступні висновки. Фаворитами серед овочів є помідори та огірки, з показниками в 45% та 43% вони займають перше місце смакових переваг опитуваних споживачів. Переважна більшість респондентів

купує овочі на ринку. Результати опитування свідчать, що смакові якості овочів (92%) та екологічність продукції (85%) є вирішальним фактором при їх купівлі для переважної більшості респондентів. Споживанням овочів задоволені 57% респондентів, вони вважають що споживають достатньо. Серед тих, хто вважає своє споживання овочів недостатнім, основною причиною цього вказує сезонність реалізації – 38%, високу ціну – 25% та погану якість – 21%. Серед тепличних овочів перше місце по споживанню займають огірки та помідори 70% та 65% відповідно.

*Список використаних джерел:*

1. Гуменюк А.В. Маркетинг в овочівництві / А.В. Гуменюк // Економіка АПК. – 2011. – № 10. – С. 60–63.
2. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва/ Н.О. Шквиря // Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. форуму. – Мелітополь: ТГАТУ, 2019. – С.67-71.
3. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції / Н.О. Шквиря // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). - № 3 (32), 2016. – С. 164-170.

**Ливак М.**, студент

**Науковий керівник: Шостак Л.В.**, к.е.н., доцент

Східноєвропейський національний університет

імені Лесі Українки,

м. Луцьк, Україна

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

Ефективність використання трудового потенціалу підприємства зумовлена взаємозв'язком між потенціалом працівників та іншими ресурсними складовими потенціалу підприємства з одного боку, та можливостями персоналу підприємства, що визначають продуктивність використання інших складових виробничого капіталу з іншого. Відповідно ефективність використання трудового потенціалу необхідно аналізувати як сукупність його складових (чисельності працюючих, фонду робочого часу та продуктивності праці).

Трудовий потенціал колективу підприємства не є величина постійна. Навпаки, його кількісні і якісні характеристики постійно змінюються під дією не тільки об'єктивних чинників (змін в речовинному компоненті виробництва, у виробничих відносинах), але і управлінських рішень [1].

У сучасних умовах важливу роль в ефективному використанні трудового потенціалу відіграє економічна та соціальна політика держави. Її вплив на макро- і мікрорівні на ефективність суспільного виробництва здійснюється через: практичну діяльність урядових установ і державних структур; різноманітні види законодавства; фінансові заходи та стимули; запровадження та контролювання економічних правил і нормативів; створення ринкової, виробничої та соціальної інфраструктури; макроекономічні структурні зміни; програми роздержавлювання

власності і приватизації державних підприємств; комерціалізації організаційних структур невиробничої сфери тощо. Проте в Україні трудовий потенціал, як про це вже йшлося все ще використовується неефективно. Існує багато проблем, які знижують його якість. Економічна проблема ускладнюється прихованим безробіттям, яке сягнуло в окремих видах економічної діяльності 20—40 % трудоактивного населення, що становить приблизно 3—7 млн чол [2].

Основним чинником розвитку трудового потенціалу особистості є підвищення її освітнього рівня, постійне оновлення знань. Кожній людині, незалежно від посади, яку вона займає, має бути надана можливість для подальшої освіти та кар'єрного зростання. Тому, дуже важливо створити умови для заохочення підприємств витратити кошти на підвищення кваліфікації та освітнього рівня працівників. Частково ця проблема вирішується законодавчо, шляхом дозволу на включення до валових витрат оплати підготовки та перепідготовки працівників у вищих навчальних закладах України за профілем діяльності підприємства [3, с. 5].

Ефективне використання трудового потенціалу потребує значних інвестиційних вкладень, тому важливе значення має фінансови механізм при формуванні, розподілі та використанні грошових коштів для мотивації праці.

Відповідно, ефективне використання трудового потенціалу вимагає розробки та впровадження програми його розвитку та вдосконалення, які б здійснювались з позиції як працівників, так і роботодавців.

#### *Список використаних джерел:*

1. Міщук Г.Ю. Чинники формування та використання трудового потенціалу підприємства // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ua.convdocs.org/docs/index-147010.html>
2. Шляхи підвищення ефективності використання трудового потенціалу України // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://osvita-plaza.in.ua/publ/398-1-0-38451>
3. Беляцкий Н.П. Кадровый потенциал организаторов производства. — Мн., 2000. — 215 с.

**Лисенко Ю.В .**, студентка  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,**  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

### **ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Ефективне управління оборотним капіталом виробничого підприємства - давно відомий та дієвий інструмент «розморожування» фінансових вкладень в запаси, готову продукцію, дебіторську заборгованість тощо. Ці питання є надзвичайно актуальними для промислових підприємств, що мають з різних причин серйозні обмеження та складнощі із забезпеченням ліквідності, оскільки їм необхідно шукати значні внутрішні резерви для фінансування поточної діяльності.

Оборотний капітал □□це найважливіша частина капіталу, яка активно використовується в щоденній ринковій діяльності підприємства, який ще називають робочим або функціонуючим капіталом. Він будується з поточних активів, а саме складається з товарно-матеріальних запасів, дебіторської заборгованості, грошових активів за вирахуванням з них поточних зобов'язань. За своєю сутністю він є власним оборотним капіталом підприємства.

Розподіл завдань з управління робочим капіталом підприємства розподіляється на наступні блоки [1]:

1) *управління грошовими коштами.* У більшості компаній даний блок є найбільш опрацьованим та інформаційно забезпеченим, як мінімум, за допомогою системи «клієнт-банк»;

2) *управління розрахунками з замовниками та постачальниками.* Вирішуючи проблему управління оборотним капіталом, підприємство йде на обмеження в аналізі короткострокової політики, забуваючи про реальний вплив на ефективність роботи самого підприємства. Також підприємство відмовляється від можливості використання факторингу, яке, є викупом дебіторської заборгованості на певних умовах і являє собою форму прямого інвестування грошових коштів в розвиток підприємства та поліпшення економічної ситуації в ньому;

3) *управління складською структурою та транспортною логістикою.* Крім забезпеченості власними джерелами всіх оборотних активів, велика увага повинна бути приділена оцінці достатності власних коштів для формування запасів.

Якщо виробництво та поставки товарів носять нестабільний разовий характер, то є можливість відмовитись від запасів. Але більшість українських підприємств висловлюють необхідність створення їх, оскільки в реальному бізнесі нерідко існує невизначеність в строках постачань та їх неузгодженість зі строками виробництва. Традиційні запаси, які формують сучасні компанії, часто купуються з метою отримання знижки за покупки великими партіями. Створюючи такі великі партії товарів на власних складах, підприємство отримує відносно невелику вигоду у вигляді економії в ціні закупівлі але втрачає більше через зниження оборотності запасів;

4) *запаси, створені задля безпеки.* Часто такий вид запасів носить назву страхових. Такі запаси являють собою роль «буфера» і створюються внаслідок невизначеності попиту та термінів реалізації замовлення;

5) *запаси незавершеного виробництва.* Це запаси продукції, ще не доведеної до кінцевої стадії готовності на період складання звітності;

6) *прогнозні запаси.* Такі запаси створюються з метою стабілізації виробництва при сезонних коливаннях.

Також в управлінні короткостроковою політикою підприємства відіграє важливу роль управління дебіторською заборгованістю. Дебіторська заборгованість являє собою суму, необхідну для сплати в рахунок погашення боргу фізичними та юридичними особами. Вона відволікає кошти з обороту організації, погіршує її фінансовий стан. Після закінчення термінів позовної

давності вона підлягає списанню на збитки в складі позареалізаційних витрат □□□.

Для мінімізації дебіторської заборгованості на підприємстві, рекомендується [3]:

- проводити групування дебіторів за рівнем ризику, а також уникати дебіторів з високим рівнем ризику несплати;

- переглянути та визначити граничну суму продажу готової продукції в борг, виходячи тільки з визначеного фінансового стану клієнта;

- здійснювати операції факторингу або передавати борги на основі договору цесії;

- використовувати попередню оплату;

- підвищити збільшення відрахувань до резерву по сумнівних боргах до 10% виручки від реалізації останнього звітнього періоду, що дозволить знизити розмір прибутку до оподаткування.

Інкасація дебіторської заборгованості за термінами і сумами повинна поєднуватися з планованим погашенням кредиторської заборгованості на підприємстві □1□.

Для досягнення максимальної ефективності функціонування короткострокової фінансової політики підприємств необхідна розвиненість та єдине функціонування всіх її складових частин: оборотного капіталу, дебіторської заборгованості, запасів тощо, та вибудовування правильної цінової політики.

Одночасна спроба і максимізувати прибуток і досягти фінансової безпеки зазвичай призводить до конфлікту різноспрямованих інтересів.

Так, нарощування прибутку пов'язане з підвищеним ризиком, а відмова від залучення позикового капіталу, збереження грошових залишків, та інші заходи, спрямовані на забезпечення фінансової стійкості, можуть призвести до зниження рентабельності виробництва.

Отже, не можна одночасно максимізувати і прибуток, і безпеку. Ефективне фінансове управління служить знаходженню «золотої середини» між даними двома цілями.

Незважаючи на те, що в даний час в Україні створено ринкові передумови для ефективного управління робочим капіталом, даний напрямок підвищення ефективності діяльності підприємства знаходиться на початку шляху і має значний потенціал для суттєвого підвищення ефективності фінансового менеджменту підприємства.

#### ***Список використаних джерел:***

1. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент навчальний курс. 2-е изд., Перераб. і доп. Київ Ельга, Ніка-Центр, 2004. 656 с.

2. Романова М.В. Формування фінансової політики підприємства [Електронний ресурс] / Портал бізнес-школи SRC. URL: <http://www.src-master.ru/article100.html>

3. Зикова Н.В. Дослідження підходів до оцінки ефективності діяльності організації [Електронний ресурс] // Економіка і менеджмент інноваційних технологій. 2014. № 12. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/>

4. Карминский А.М. Контроллинг в бизнесе. М. ВД «ФОРУМ» ИНФРА-М, 2017. 106 с.

Ліпич Л. Г., д.е.н., професор  
Духневич Л. П., студент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## СУТНІСТЬ І ДІАЛЕКТИКА РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Термін мотивація у вітчизняній науковій літературі став використовуватися відносно недавно. Його поява швидше було пов'язано з простим запозиченням, ніж з розумінням того змісту, який в нього вкладають при використанні в західній соціально-економічній, соціологічній та психологічній науках, що дотичні з управлінням.

Стимулювання в управлінні належить до методів впливу на трудову поведінку, а вплив – це завжди щось зовнішнє по відношенню до працівника. Важко уявити існування внутрішнього управлінського впливу. Він вже буде пов'язаний не з управлінням, а з самоуправлінням, яке будується на зовсім інших засадах, що виключають, наприклад, присутність адміністративно-організаційної складової звичайного управлінського процесу.

Стимул більшою мірою відповідав поняттю «винагороду», що засноване виключно на оплаті праці. У зв'язку з цим, він широко використовувався в тих концепціях управління, які прийнято називати класичними. Саме на підставі цієї концепції були створені основні методи і форми нормування і оплати праці, які існують і досі [1].

Але класична концепція управління в двадцятих роках почала витіснятися іншою, характерною особливістю якої стало зосередження більшої уваги на людині, а також усвідомлення людини і персоналу як особливого ресурсу, управління яким має докорінно відрізнитися від управління власне виробничими процесами і організацією [2].

Використання терміну «мотивація» стало явищем, яке можна характеризувати як взаємопроникнення наукових предметів і проблем, які вивчають різні області дійсності. Так, безсумнівно, термін «мотивація» прийшов в економіку і управління з психології та соціології, наук, що вивчають людину і суспільство.

Але, він зазнав значних змін саме в неокласичному розумінні. А саме, основним його змістом залишається те, що вкладалося традиційно в поняття «стимул», тобто надання управлінського впливу з метою змінити або, навпаки, підтвердити необхідну поведінку або діяльність.

Таким чином, стимул, як зовнішній вплив на людину з метою забезпечення більш високої індивідуальної продуктивності з урахуванням його потреб, становить основну, змістовну ознаку поняття мотивації.

Оскільки усвідомленою формою потреб людини є мотиви, то відразу ж постає питання про взаємозв'язок мотивації і мотивів. Зрозуміло, що мотивація і мотиви абсолютно різні за змістом поняття, хоча в даний час в управлінській літературі можна зустріти точки зору, що практично об'єднують ці поняття в



одне. Це має місце в тому випадку, коли мова йде не про мотивацію як складову частину управлінського впливу, а тоді, коли мається на увазі причина поведінки людини в зв'язку з його відносинами з організацією, структурами управління, керівниками тощо. В цих випадках вважають за краще вказувати не на мотиви, а мотивацію, оскільки цей термін видається менш суворим, розмитим, але охоплює широке поле відносин і зв'язків людини з оточуючою їй виробничо-трудовою сферою.

Таким чином, термін «мотивація», будучи похідним від терміну «мотив» в неокласичній концепції управління, вміщує в себе поняття «стимул» і «стимулювання», але з ознаками, що визначають спрямованість стимулу на потреби окремого працівника або персоналу в цілому [3].

Однак, переорієнтація з поняття «стимул» на поняття «мотивація» з розвитком управлінської науки стала причиною або, у всякому разі, сприяла появі нових концепцій управління, в яких управління мотивацією стало займати одне з центральних місць, завдяки все більшого розуміння значущості людських ресурсів і людського капіталу в економіці всіх рівнів, починаючи від національної та до окремих робочих місць.

У сучасній управлінській літературі досить багато визначень терміну «мотивація», але ні в одному з них немає чіткого обґрунтування причин, в результаті яких відбувся перехід від терміну «стимулювання». На нашу думку, це розрізнення понять пов'язане виключно із залученням в стимулювання ознаки індивідуальності, в результаті чого весь процес стимулювання з механічної, що визначається виключно економічною і технічною доцільністю, стає складною управлінською діяльністю, пов'язаною не тільки з нормуванням і організацією оплати праці, але з аналізом затребуваності людиною пропонованих стимулів, з урахуванням їх актуальності для задоволення потреб, ряд яких в зв'язку з розвитком трудової діяльності, постійно зростає [4].

Таким чином, стимулювання як складова частина управління персоналом зберігаючи за собою основні, традиційні цілі і завдання, в якості мотивації покликане вирішувати в наступній тріаді: стимул - мотивація - мотиви.

Все це разом і можна назвати стимулюванням як однією зі складових управління, що повинна впливати на трудову діяльність і поведінку людини. Але коли мова йде про управління персоналом, тобто конкретними колективами, що діють в умовах підприємства, стимулювання конкретизується в поняття мотивації, оскільки стимули, які використовуються в процесі управлінської функції – стимулювання, повинні бути орієнтовані на індивідуальні та групові властивості і якості персоналу, якому вони власне і спрямовані.

До зовнішніх спонукальних сил, як уже було сказано, відносяться стимули. Стимули – це сили, які надають зовнішній вплив на людину з метою спонукати його до певної трудової поведінки, це можливість отримання коштів для задоволення своїх потреб в обмін на виконання певних дій. Під стимулом зазвичай і розуміють матеріальну винагороду встановленої форми, яка має цільову спрямованість. На відміну від стимулу мотив є внутрішньою спонукальною силою: бажання, потяг, орієнтація, внутрішні установки. Стимули

ж праці визначаються самим підприємством і по відношенню до кожної окремої людини є зовнішнім фактором.

Можна стверджувати, що для більш високого класу мотивів більшого значення набувають нематеріальні стимули. Але межа між матеріальними і нематеріальними стимулами розмита. Так, висока заробітна плата служить не лише джерелом задоволення фізіологічних потреб, а й публічним визнанням заслуг працівника, тобто має властивості нематеріального стимулу. Таким чином, один і той же стимул може відповідати різним класам мотивів і виконувати при цьому різні функції, а заробітна плата як і раніше залишається самим універсальним стимулом.

Процес використання різних стимулів для мотивації праці називається стимулюванням. Стимулювання принципово відрізняється від мотивації, але, як правило, не всі економісти вказують на дану відмінність. Зміст цієї відмінності полягає в тому, що стимулювання є засобом, за допомогою якого здійснюється мотивація. Концепція стимулювання ґрунтується на застосуванні стимулів як зовнішніх впливів на людину для координації його діяльності (наприклад, застосування покарання, заохочення, підвищення в посаді тощо). В цілому ж під стимулюванням мається на увазі створення умов, що забезпечують інтерес до праці, це процес використання конкретних стимулів на користь людини і підприємства.

Стимулювання включає мотивацію як складову частину управління, за допомогою якої в сучасних умовах здійснюється вплив на персонал з урахуванням їх конкретних характеристик. У зв'язку з цим термін мотивація більшою мірою відповідає змісту тієї практичної управлінської діяльності, яка спрямована на активізацію персоналу.

Відповідно, мотивація – це сфера діяльності не тільки зі сторони суб'єкта управління, але і зі сторони об'єкта, оскільки таким об'єктом є персонал. Тобто мотивація може бути свого роду поєднанням мотиваційних впливів зі сторони суб'єкта управління, і мотивації, що продукується власне конкретною людиною, професійною групою, різного ряду відносинами і організаційним середовищем, тобто за все, що пов'язано з активністю персоналу.

Однак визначення «мотивація» і «стимулювання» часто для керівників організацій є тотожними. І не рідко керівник ставлячи перед працівників будь-яке завдання і бажаючи отримати велику віддачу від працівника або за добре виконану роботу винагороджує його матеріально (стимулює), але при цьому не розуміє, чим поняття «мотивація» і «стимулювання» відрізняються один від одного. Однак ці визначення необхідно розрізняти, хоч вони і служать для досягнення однієї мети – підвищення ефективності праці працівників організації.

***Список використаних джерел:***

1. МакКлеланд Д. Мотивация человека : учебное пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 672 с.
2. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. Москва : Политиздат, 1986. 223 с.
3. Зленко А.М. Сутність мотивації праці та її роль в забезпеченні ефективного управління трудовими ресурсами. Економічний вісник університету. 2010. № 2. С. 204.

4. Костін Д.Ю. Матеріальне стимулювання трудової діяльності: аналіз теоретико-методологічних підходів. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2013. № 2 (7). С. 81–86. URL : <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html> (дата звернення 21.10.2019).

**Ліпич Л. Г.**, д.е.н., професор  
**Нискогуз І. О.**, студент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **АКТУАЛЬНИЙ СТАН ДОСЛІДЖЕНЬ ПРОБЛЕМАТИКИ ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

На сучасному етапі розвитку теорії та практики управління підприємствами постає перед нами у вигляді комплексного вчення, що, утім, відзначається фрагментарністю у окремих аспектах. Для вітчизняної науки управління підприємствами, що має певні відмінності від американської, європейської, японської моделей, обумовлені трансформаційним характером економіки, пострадянською спадщиною, перманентними кризовими явищами в економіці досі до кінця не сприйнятою видається концепція лідерства.

Історично концепція лідерства удосконалювалась на кожному з умовних етапів, на які прийнято ділити історію розвитку нинішньої цивілізації – від Античності до наших днів. Надамо коротку характеристику історії розвитку проблеми лідерства.

Історія досліджень лідерства простежується крізь призму праць філософів Античності. Геракліт вважав, що влада повинна належати тим, хто ставить спільні інтереси (славу) вище усього іншого. Демокріт осмислював архетип «героя» – лідера, котрий володіє особливими якостями. Сократ стверджував, що від наявності лідерських якостей правителя залежить благополуччя в державі. Платон узагальнив природні риси, що відрізняють можливих лідерів від решти громадян. Аристотель лідерство пояснював наявністю особливих рис. У Середньовіччі Святий Августин сформував заповіді для ідеального лідера та перелік рис, що узгоджується з християнським світобаченням, доповнив цей перелік Тома Аквінський, котрий наполягав, що лідер повинен скеровувати людей до загального блага. В добу Відродження глибоко осмислив концепцію лідерства

Н. Макіавелі у відомій праці «Государ» напрацював не лише вимоги до лідера, а й конкретні правила поведінки, що сприятимуть досягненню спільного блага. На етапі Просвітництва Т. Гобс наполягав на важливості урахування лідером інтересів тих, хто за ним слідує. Джерела влади лідера осмислені у працях Дж. Локка [1].

Слід відзначити, що основною тенденцією, до якої тяжіють усі дослідники проблематики лідерства, є визначення місця цього явища (чи управлінського процесу) у системі управління підприємствами незалежно від форми власності. У цьому контексті ключовий акцент здійснюється на розмежуванні керівництва (менеджменту) як узагальненого відображення об'єктивних процесів зміни якісних та кількісних характеристик усіх підсистем підприємства та лідерства, як

особливо різновиду управлінської діяльності, що має відмінний від керівництва характер. Визначення особливостей формування трудового потенціалу підприємства з огляду на формування лідерської складової доцільно здійснювати опираючись на існуючі дослідження.

Спробу розмежувати поняття «керівництво» та «лідерство» здійснили Бондарчук Л. В., Крамаренко К. В., Рудик Т. О. У їх праці розглянуто існуючі погляди на сутність понять лідерство та керівництво, обґрунтовано сукупність рис притаманних лідерам та формальним керівникам, визначено функції та сфери дії даних понять [2].

Т. В. Словіцька, аналізуючи спільні та відмінні риси феноменів керівництва та лідерства, стверджує, що реальне лідерство керівника є обов'язковим поєднанням його формального лідерства (лідерства посади) з соціальним лідерством (лідерством особистості) [3].

П. О. Хаїтов обґрунтовано доводить, що для вивчення організаційного лідерства важливо простежити його співвідношення з керівництвом як категорією внутрішньо організаційних взаємодій. Лідерство як управлінська категорія, на думку П. О. Хаїтова, виражається через діяльність керівника і підлеглих, тому вивчення процесу прояву лідерства слід здійснювати крізь призму суб'єкт-об'єктних управлінських взаємодій у організації [4].

На думку А. В. Холодницької, лідерство, на відміну від управління – це процес впливу на людей, породжений системою неформальних відносин, формується спонтанно, стихійно, на рівні напівусвідомлених психологічних переваг [5, с. 290].

В. Р. Міляєва зауважує, що лідерство є одночасно положенням (статичний аспект) і процесом впливу (динамічний/процесуальний аспект), в основі якого – вияв лідерських якостей особистості. Наявність статичного аспекту продукує процесний аспект лідерства. Отже, лідерство може розглядатися як [6, с. 5]:

- провідне положення особистості чи соціального утворення, що обумовлене наявністю відповідних якостей (лідерських компетенцій), які спричиняють якісну та ефективну діяльність (у тому числі й управлінську);
- процес впливу особистості чи соціального утворення на власну діяльність або діяльність інших на основі особистих якостей (лідерських компетенцій).

К. М. Дідуром окреслено основні напрямки прояву лідерства у системі управління підприємством: а) організація і корекція діяльності працівників: постановка яasnих цілей, координація зусиль, окреслення результатів, виконання ролі ведучого; б) мотивація діяльності підлеглих: надихати на цілеспрямовану поведінку, задоволення індивідуальних і групових потреб, вселяння впевненості, захоплення людей своїм прикладом, створення групової синергії; в) забезпечення представництва групи: представлення інтересів групи за її межами, підтримка рівноваги між внутрішніми та зовнішніми потребами групи, визначення перспективи розвитку групи [7].

Сучасні підходи до теорії лідерства досліджував І. А. Колосков. У його праці розкрито основні підходи до визначення лідерства, зокрема, теорію рис,

факторно-аналітичну та ситуаційну теорії лідерства, теорію послідовників, психологічні теорії лідерства [8].

О. Семченко аналізує лідерство з позиції соціологічного підходу. З позицій цього підходу науковець вважає, що лідер виконує безліч соціальних ролей, кожна з яких вимагає наявності конкретних знань, навиків, зокрема [9]:

- твердження і розвиток певного типу організаційної культури;
- побудова ефективної комунікації в організації; формування робочих груп та управління ними; управління конфліктами;
- побудова коаліцій і розвиток партнерських відносин;
- своєчасне реагування на динаміку зовнішнього середовища та управління змінами.

О. Семченко розглянуто такі питання, як особливості поведінки та ефективні стилі керівника-лідера, значення у ефективності лідерства особистих якостей і ситуації, припустимість успішного менеджменту без лідерства. Щодо останнього питання науковець доходить висновку, з яким ми цілком погоджуємось: «Ефективність управління безпосередньо пов'язана з оптимальним використанням ресурсів організації при вирішенні насущних проблем і її здатністю гідно зустріти вимоги найближчого майбутнього (з розрахунку на нові досягнення). У стабільній ситуації ефективність функціонування організації може бути забезпечена менеджментом без урахування відносин лідерства. Але в нестабільних умовах, постійній готовності до змін відповідно до нових обставин і запитів, ефективність організаційної діяльності залежить від потенціалу лідерства» [9, с. 175].

Зважаючи на проведені дослідження, можемо зробити висновок, що лідерство – це один з управлінських процесів, що засновується на наявності у суб'єкта управління особливих здібностей, якостей, компетенцій, навичок (лідерського потенціалу) та можливостей їх реалізації завдяки такій побудові системи управління підприємством, за якої визнаються роль, значення, визначаються функції лідерства у досягненні певної мети у одній або декількох сферах управління підприємством.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сергеева С. А. Эволюция философских идей и концепций лидерства. Армия и общество. 2013. № 1 (33). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-filosofskih-idey-i-kontseptsiy-liderstva> (дата звернення: 22.10.2019).
2. Бондарчук Л. В., Крамаренко К. В., Рудик Т. О. Теоретичне дослідження понять «лідерства» та «керівництва»: сутність та особливості. Молодий вчений. 2016. №12. С. 664-667.
3. Словіцька Т. В. Сутність феноменів керівництва та лідерства. Університетські наукові записки. 2009. № 3. С. 306-312.
4. Хаїтов П. Співвідношення лідерства та керівництва в управлінській діяльності органів виконавчої влади. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2015. Вип. 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp\\_2015\\_2\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2015_2_18) (дата звернення: 23.10.2019).
5. Холодницька, А. В. Формування ефективного лідерства в умовах структурних змін в економіці. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка: Серія Економічні науки. 2014. Вип.149. С. 289-295.
6. Міляєва В. Р. Розвиток лідерського потенціалу в процесі формування управлінської компетентності керівників навчальних закладів. Вісник Національної академії

Державної прикордонної служби України. 2014. Вип. 1. URL:: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps\\_2014\\_1\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2014_1_10) (дата звернення: 22.10.2019).

7. Дідур К. М. Керівник і лідер як головні суб'єкти управління підприємством. Агросвіт. 2011. № 20. С. 63-68.

8. Колосков И.А. Современные подходы к теории лидерства. Вестник РМАТ. 2015. № 3. С.51-57.

9. Семченко О. Теоретичні аспекти керівництва та лідерства у питаннях підвищення ефективності управління організацією. Сіверянський літопис. 2008. № 2. С. 172-176.

**Лісовський О.І.**, студент  
**Науковий керівник: Ільченко В.Ю.**, доцент  
Національний транспортний університет  
м. Київ, Україна

## **СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПАНСІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО РИНКУ**

При розробці сучасних стратегій виходу компаній на міжнародні ринки необхідно враховувати вплив глобалізації на світове ринкове середовище. Вплив глобалізації проявляється у розмиванні національних економічних кордонів, що стимулює пошук найбільш прибуткових сфер відтворення капіталу у всіх його формах (виробничих, фінансових, трудових ресурсів).

Найбільш ефективною стратегією в сучасних ринкових умовах є така стратегія, яка враховує: географію діяльності та ресурси компанії, можливість до адаптації, стадію розвитку ринків, можливість охоплення декількох ринків, можливість прогнозування розвитку компанії та світового ринку, ступінь ризику. Виходячи з даного переліку вимог, найбільш ефективною стратегією в сучасних ринкових умовах є стратегія економічної експансії. У зв'язку з цим, постає необхідність визначення поняття *економічна експансія*.

*«Економічна експансія»* — це стратегія виходу компанії на міжнародний ринок, яка передбачає стрімке агресивне або менш агресивне охоплення значної частки ринку за допомогою вибору певних форм виходу (експорт, спільне підприємство, пряме інвестування), інструментів (маркетингових, фінансових, внутрішньо організаційних) та принципів (конкурентної поведінки) [1].

Впровадження стратегії економічної експансії передбачає чіткий, послідовний, детально спланований процес досягнення мети (охоплення значної частки ринку) у відповідності до встановлених етапів:

- перший етап - стратегічний аналіз зовнішнього середовища;
- другий етап - аналіз внутрішньо організаційного середовища;
- третій етап - формування матриці SWOT-аналізу;
- четвертий етап - вибір стратегії виходу на міжнародний ринок;
- п'ятий етап - вибір виду економічної експансії;
- шостий етап - вибір форми проникнення на ринок;
- сьомий етап - виявлення та оцінка ризиків;
- восьмий етап - визначення інструментів маркетингового забезпечення реалізації стратегії;

дев'ятий етап - реалізація стратегії, контроль результатів.

Особливостями стратегії економічної експансії є ряд характеристик, серед яких:

- охоплення нових ринків в межах світового господарства, які перебувають на етапі життєвого циклу зародження та формування;
- захоплення значної частки ринку;
- спрямування на одночасне освоєння міжнародних;
- інтенсифікація процесу розроблення та впровадження етапів виходу на ринок [2].

В залежності від рівня конкурентного середовища на ринку, компанія обирає вид стратегії економічної експансії - агресивну, помірну або лояльну ( рис. 1).

*Агресивна економічна експансія* – стратегія, що передбачає стрімке (до 1,5 року) завоювання значної частки нового ринку (до 50%), високий рівень ризикованості та агресивну поведінку компанії на ринку для обмеження входу нових гравців на ринок, який знаходиться на етапі формування. Така стратегія є ефективною для компаній із низьким рівнем бюрократії в середині компанії, що дозволяє швидко приймати рішення щодо розвитку ринків. При чому, така поведінка компанії є найбільш ефективною на новому ринку, який знаходиться на етапі формування, з низьким рівне конкуренції, наприклад, на ринку відновлюваних джерел енергії або ринку ІТ-продукції.

*Помірна економічна експансія* – стратегія, яка передбачає освоєння ринку (в межах до одного року), що знаходиться на етапі становлення, з помірним рівнем інтенсифікації конкуренції (2-3 конкуренти). Бажана ринкова частка з боку компанії до 10-30%. Такий вид стратегії економічної експансії може бути обрано для охоплення, наприклад, на ринку медичного обладнання.

*Лояльна економічна експансія* – така поведінка компанії на ринку, яка розрахована на період освоєння нового ринку в межах 6 місяців у розмірі до 10% ринку, що знаходиться на етапі зародження, з неявним рівнем конкуренції, не розподіленими частками ринку. Такий вид економічної експансії може бути характерним для ринку високотехнологічного обладнання для використання відновлюваних джерел енергії [3].

Бажана частка ринку	50%			
	40%			
	30%	Помірна економічна експансія		Агресивна економічна експансія
	20%			
	10%	Лояльна економічна експансія	Помірна економічна експансія	Агресивна економічна експансія
	0%	6 місяців		
Час освоєння ринку				

Рис. 1 Матриця вибору виду стратегії економічної експансії

### **Список використаних джерел:**

1. Мирошніченко О. Базовий посібник з інтернаціоналізації бізнесу і виходу на ринки Європейського Союзу. 2014.- 180с.
2. Чужиков В. І. Технологічна модернізація в Європейській економіці: [монографія] / В.І. Чужиков, О.С. Бурміч, О.Д. Лук'яненко, Є.Г. Панченко – К. : КНЕУ, 2013. – 266 с.
3. Румянцев А. Теоретичні аспекти аналізу конкуренції та конкурентоспроможність підприємств у сучасних ринкових умовах / А. Румянцев, В. Мірошніченко. // Ефективна економіка. – 2011. – №5.

**Літовченко Ю.В.,** студентка  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,**  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

### **ТРУДНОЩІ ТА ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ**

Впровадження системи збалансованих показників (СЗП) та ключових показників ефективності (КПЕ, КРІ) супроводжується складністю цього процесу та можливими несприятливими його наслідками. Іншими словами, важливо усвідомлювати, що технологія управління по цілям на основі КРІ не бездоганна і їй притаманні певні недоліки. Їх можна розділити на дві групи.

По-перше, це складність розробки і впровадження системи. Цей процес може[1]:

- 1) займати тривалий час (від декількох місяців до декількох років в залежності від розміру і складності організації);
- 2) бути трудомістким для виконавців і вимагати значних витрат часу і сил на шкоду поточної діяльності учасників проекту;
- 3) мати високу вартість для підприємства, якщо для його виконання компанія залучає зовнішніх консультантів;

По-друге, це - складності, які виникають уже в ході експлуатації системи: Насамперед, більш складним стає ведення управлінського обліку, оскільки доводиться контролювати значно більше число показників, ніж раніше. Наприклад, до традиційних фінансових показників, які раніше відстежувалися бухгалтерією та планово-економічним відділом, додаються нові нефінансові показники по ринку, бізнес-процесів, розвитку.

До труднощів при розробці та впровадженні системи ключових показників ефективності належать наступні [2].

*Хаотичні бізнес-процеси.* Якщо в компанії не налагоджені бізнес-процеси, то досягати поставлених цілей буде вкрай важко.

*Слабкий управлінський облік.* Впровадження системи КРІ вимагає істотного поліпшення управлінського обліку та розробки нових методів контролю та вимірювання показників ефективності.



*Розробка «знизу-вгору».* У цьому випадку ефект вийде зворотний: замість того, щоб декомпонувати стратегічні цілі, подібна «система СЗП» буде, навпаки, успішно сприяти бюрократії та внутрішнім конфліктам.

*Керівники та співробітники уникають участі в проекті.* Системи КРІ «під ключ» не розробляються, ця робота виконується «50:50», тобто у тісній співпраці зовнішніх консультантів та фахівців підприємства, включно з першою особою компанії. Інакше результату не буде.

*Занадто багато або мало КРІ.* Коли показників для оцінки діяльності підрозділів та керівників підрозділів занадто багато (наприклад, більше 7), то увага та енергія управлінців розсіюються через необхідність контролювати велике число чинників і вирішувати багато завдань одночасно. В результаті це заважає досягненню основних цілей. Якщо ж показників занадто мало (наприклад, 1-2-3), то вони, швидше за все, не будуть охоплювати всі значущі для підприємства результати. У підсумку це може відбитися на досягненні цілей всієї організації.

*Дисбаланс показників.* Дисбаланс показників виражається, наприклад, в явному переважанні кількісних КРІ над якісними, особистісних - над загальними, фінансових - над нефінансовими тощо. Дисбаланс створює дисгармонію та перешкоджає досягненню цілей бізнесу.

*«Жорсткі» КРІ-рішення, система не змінюється і не розвивається.* Велика спокуса розробити систему КРІ раз і назавжди. Ця технологія дуже вибаглива і вимагає постійної уваги, обслуговування та розвитку. Сила КРІ в їх гнучкості, а не в жорсткості.

*Помилки в тлумаченні та розрахунку КРІ.* Навіть відомі та типові показники (наприклад, коефіцієнт маржинальної рентабельності або індекс задоволеності клієнтів) різними фахівцями можуть розумітися по-різному і розраховуватися за різними формулами.

*Типові КРІ-рішення.* На сьогодні розроблено багато різноманітних бібліотек КРІ, що містять опис та розрахункові формули типових показників. Але користуватися типовими КРІ треба обережно. Безумовно, є показники універсальні, які підходять для будь-яких галузей та підприємств. Є показники галузеві, які використовуються, в основному, в якійсь певній галузі.

До основних переваг технології управління по цілям на основі КРІ можна віднести наступні результати [3]:

1. Зростання продуктивності праці та економічної ефективності підприємства. Система КРІ налаштовує всю організацію на більш ефективну діяльність. З досвіду експертів, вже протягом першого року після впровадження системи КРІ всі економічні показники фірми помітно зростають в середньому на 20-30%.

2. Досягнення та зміцнення конкурентних переваг. Грамотна постановка ринкових цілей по досягненню певних конкурентних переваг та виявлення внутрішніх факторів, що впливають на створення цих переваг, допомагає усвідомити конкурентну стратегію підприємства та підвищує ймовірність її реалізації. В системі КРІ обов'язково повинні бути показники, що оцінюють конкурентні переваги.

3. Прояснення цілей підприємства та функцій підрозділів (працівників). При розробці системи КРІ така робота повинна проводитися обов'язково, але вона має і важливе самостійне значення.

4. Поліпшення внутрішньофірмової взаємодії, зниження транзакційних витрат. Це ще один важливий результат, що отримується в ході розробки системи КРІ.

5. Розвиток корпоративної культури, орієнтованої на реалізацію цінностей компанії. КРІ стають не просто інструментом вимірювання, а інструментом розвитку і важливою управлінською установкою, що сприяє реалізації корпоративних цінностей підприємства.

Зазначені недоліки та труднощі ускладнюють застосування системи СЗП та КРІ, навіть можуть викликати сумніви в її можливості. Негативні побічні ефекти неминучі, насамперед, через небажання персоналу втілювати щось нове, що ускладнить їм життя. Але навіть, якщо вони і відбуваються, вони значно перекриваються позитивними ефектами, які виникають уже в процесі розробки та, головне, після впровадження системи КРІ.

#### *Список використаних джерел:*

1. Парменгер Д. Ключові показники ефективності. Розробка, впровадження та застосування вирішальних показників, М., 2008.
2. Каплан Р., Нортон Д. Збалансована система показників. Від стратегії до дії. 2-е изд., Испр. і доп.: / М.: ЗАТ «Олімп - Бізнес», 2003.
3. Каплан Р., Нортон Д. Організація, орієнтована на стратегію. -М.: ЗАТ «Олімп-Бізнес», 2004. 514 с.

**ЛОЗОВА О.В.**, к.е.н., доцент, доцент  
кафедри менеджменту

**ДОРОНІЧ В.М.**, магістранта кафедри  
менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський  
університет економіки і торгівлі»,  
м. Полтава, Україна

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Передумовою інноваційного розвитку є інноваційна діяльність підприємства – досить нове поняття як у науково-теоретичній сфері, так і в українській практиці господарювання. В економічній літературі «інноваційна діяльність» як поняття з'явилося наприкінці 80-х років минулого століття, і набуло значення процесу науково-технічної, організаційно-економічної діяльності, спрямованої на створення прогресивної техніки і технологій на основі досягнень НТП [1].

Як свідчить аналіз низки літературних джерел, термін «інноваційна діяльність» відрізняється надмірним різноманіттям формулювань. На нашу думку, можна виділити декілька підходів щодо теоретичних поглядів на поняття «інноваційна діяльність». Прихильники першого підходу, зокрема П. Зеленов, Д. Кокурін, Н. Краснокутська, В. Мединський, під інноваційною діяльністю розуміють діяльність, спрямовану на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення і відновлення номенклатури і поліпшення якості продукції,

що випускається (товарів, послуг), удосконалення технології виготовлення з подальшим впровадженням і ефективною реалізацією на внутрішньому і зарубіжному ринках.

Даний підхід є найбільш співзвучним Закону України «Про інноваційну діяльність» [2], згідно з яким: інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію наукових досліджень і розробок і обумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Прихильники другого підходу, наприклад Г. Пашигорева, М.Пашута, С.Покропивний, В. Сапелкін під інноваційною діяльністю розуміють процес, спрямований на розробку і реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий або удосконалений продукт, реалізований на ринку; у новий або удосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження і розробки.

Узагальнення різних точок зору щодо сутності поняття «інноваційна діяльність» дозволило нам зробити такі висновки: «інноваційна діяльність», як складна і об'ємна категорія, досліджується у різних вимірах; залежно від об'єкту і предмету дослідження інноваційна діяльність варіює між поняттями діяльність і процес, а широке тлумачення інноваційної діяльності як нового охоплює усе, що розуміється під науково-технічним прогресом. І тут варто погодитись з думкою П.Зеленова, який звертає увагу на те, що відбувається змішування наукових і інноваційних пріоритетів, породжуючи викривленні уявлення про єдність вимог до інфраструктур, які забезпечують науковий або інноваційний розвиток.

Науково-технічний прогрес розподіляють умовно на дві головні взаємозалежні і взаємодоповнюючі складові: складову науково-технічних досягнень і складову виробничо-технічних досягнень [3].

У першому випадку результатами науково-технічного прогресу є наукові досягнення: нові знання, нові науково-технічні ідеї, відкриття і винаходи, нові технології на зовсім нових принципах.

У другому випадку результатами науково-технічного прогресу є виробничо-технічні досягнення – інновації, створення яких припускає:

професійний цілеспрямований розвиток і доведення результатів науково-технічних досягнень до створення нових технологій, нових систем, машин, устаткування, нових методів організації і планування виробництва тощо;

практичну реалізацію створених результатів виробничо-технічних досягнень кінцевому споживачу;

забезпечення ефективного використання й експлуатації створеного інноваційного продукту;

дослідження й одержання нових науково-технічних досягнень (якщо такі відсутні), необхідних для створення і реалізації затребуваних ринком інновацій.

На нашу думку, інноваційна діяльність являє собою особливий і самостійний вид діяльності, що відбувається у межах інноваційного процесу, і результатом якої є як купівля і впровадження результатів НТП, так і власні інновації.

Крім того, інноваційна діяльність підприємства припускає комплекс заходів, об'єднаних в один логічний ланцюг, вважаємо, що до інноваційної діяльності належить уся діяльність підприємства у межах інноваційного процесу, а також маркетингові дослідження ринків збуту і пошук нових споживачів, інформаційне забезпечення можливого конкурентного середовища і споживчих властивостей товарів конкурентів, пошуки новаторських ідей і рішень; партнерів із впровадження і фінансування інноваційного проекту.

**Список використаних джерел:**

1. Економічна енциклопедія. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://enbv.narod.ru/text/Econom/encyclo/str/E-490.html> - Назва з екрану
2. Офіційний сайт Верховного Совету України. [Електронний ресурс]: - Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/187-2013-%D0%BF> – Назва з екрану
3. Зеленев П. Л. Система инновационной деятельности: [монография] / П. Л. Зеленев. – Н. Новгород. : Изд. Гладкова О. В., 2007. – 58 с.

**Ломака О.І., студент**  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,**  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

## **УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ТА КЛІЄНТІВ ЯК ФАКТОР РОЗШИРЕННЯ РИНКУ ТА ПРИБУТКОВОСТІ**

Для підтримки своєї конкурентоспроможності на ринку підприємство повинне велику увагу приділяти своїм ресурсам, одним з яких є персонал - найважливіший стратегічний ресурс в епоху інформаційних технологій.

При виробленні стратегії конкуренції підприємство, з одного боку, має чітко уявляти свої слабкі і сильні сторони, свою позицію на ринку, а з іншого - володіти необхідною інформацією про своїх клієнтів, персонал, конкурентів, тенденції, що відбуваються на ринку. Споживач завжди знаходиться у фокусі всієї маркетингової діяльності. При цьому основою конкурентного потенціалу компанії в маркетингу є лояльність як самих споживачів, так і співробітників компанії [1].

Існує прямий зв'язок між задоволенням співробітників компанії, що знаходяться в контакті зі споживачами, і, в свою чергу, задоволенням самих покупців - що в сукупності призводить до фінансового успіху компанії на ринку. На сьогодні одним з найбільш ефективних інструментів в системі маркетингу стає управління лояльністю: як зовнішньою (споживачі, інвестори), так і внутрішньою (персонал) [2].

Для компанії необхідно усвідомити той факт, що співробітник найбільше свого часу проводить на роботі та йому вкрай важливо бути серед цікавих колег, керівництва, отримувати віддачу від виконаної роботи у вигляді задоволення та винагороди - співробітник чекає реалізації його очікувань від компанії [3].

Нині багато компаній приходять до розуміння, що для поліпшення своїх фінансових показників необхідно акцентувати свої зусилля на залучення та

утримання лояльних покупців, співробітників та інвесторів за рахунок створення унікальної для них цінності. Модель бізнесу, побудована на основі лояльності, краще прояснює причини успіху та провалів у сучасному бізнесі, оскільки з рівнем прибутку спостерігається більш тісний саме з лояльністю, аніж з часткою ринку, масштабом діяльності та будь-яким іншими традиційними економічними показниками [4, 5].

Лояльність викликає такі економічні наслідки [5]:

1. Залучення найбільш цінних споживачів викликає стійке зростання обсягу продажів та, як наслідок, частки ринку компанії, збільшується частка повторних покупок.

2. Стійке зростання дозволяє компанії залучати на роботу та мотивувати найбільш кваліфікованих та енергійних співробітників. Стале довгострокове створення унікальної цінності для споживачів мотивує співробітників через почуття гордості за свою компанію та задоволення результатами праці, а співробітники, що довго працюють в компанії, краще розуміють та знають потреби постійних клієнтів. В результаті це призводить до зростання рівня лояльності як споживачів, так і співробітників.

3. Лояльні та «зрілі кадри» компанії накопичують досвід зі зниження витрат, поліпшення якості товарів / послуг, що сприяє ще більшому зростанню продуктивності праці та цінності для споживачів. Компанія використовує зростання продуктивності праці для подальшого інвестування в персонал: виплати конкурентної заробітної плати, навчання та підвищення кваліфікації тощо.

4. Підвищення продуктивності праці разом зі зростаючим ефективним управлінням діяльністю приносить компанії лідерство. При цьому стійке лідерство за витратами зі збільшенням обсягів продажів забезпечує високу рентабельність та, як наслідок, стає привабливим для інвесторів. Компанія отримує можливість вибору джерел капіталу.

5. Лояльні інвестори вважають себе партнерами компанії. Вони прагнуть до стабільності ведення бізнесу, знижують ціну капіталу та не пред'являють надмірних вимог до виплати дивідендів, так як турбуються про наявність достатньої кількості грошових коштів для розширення бізнесу.

Тому основою конкурентного потенціалу будь-якої компанії стає лояльність, як споживачів товарів / послуг, так і співробітників компанії, а також інвесторів.

Виходячи з зазначеного, можна зробити висновок про те, що скорочення плинності трьох основних груп контрагентів компанії: споживачів, персоналу та інвесторів, - призводить до збільшення показників темпів зростання прибутку та чистого грошового потоку.

Прибуток та зростання стимулюються, в першу чергу, лояльністю клієнтів, а лояльність - це прямий результат задоволеності клієнтів [3].

Рівень задоволеності значною мірою залежить від вартості послуг, наданих клієнтам. Цінність створюється задоволеними, лояльними та продуктивними співробітниками. У свою чергу, задоволеність співробітників пов'язана, перш за

все, з високоякісною внутрішньою політикою компанії, яка дозволяє співробітникам ефективно обслуговувати клієнтів.

Бізнес-модель лояльності вимагає від компанії на сьогоднішній день розробки нової системи оцінки ефективності діяльності компанії та мотивації співробітників. Так, використання технології системи збалансованих показників дозволяє компанії реалізовувати одну з головних її цілей - це можливість розвивати кожного працівника та всю компанію в цілому.

Всі показники, що використовуються в даній системі, через ланцюг причинно-наслідкових зв'язків узгоджуються з фінансовими цілями.

Впровадження збалансованої системи показників трансформує стратегію в задачі та показники, згруповані за чотирма різними напрямками, таким як фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання та підвищення кваліфікації [2]. Зокрема, напрямок «Навчання та розвиток персоналу», який по-іншому ще можна назвати «Потенціалом» - визначає інфраструктуру, яку необхідно створити для забезпечення довготривалого зростання та розвитку компанії.

Модель, що пов'язує лояльність клієнтів, інвесторів та співробітників та прибуток компанії, свідчить про те, що поліпшити результати бізнесу можливо за допомогою розуміння факторів, що створюють базу доходів та витрат компанії, які призводять до створення економічного прибутку [5].

Ця модель демонструє цілісний підхід до використання досліджень лояльності, у першу чергу, клієнтів та цілеспрямованого фінансового аналізу для поліпшення фінансових результатів від інвестицій в дослідження клієнтів.

Такий підхід дає інформацію, що дозволяє компанії зосередити ресурси на конкретних вимогах клієнтів, які забезпечать максимальну віддачу з точки зору доходів та прибутковості. При цьому існує прямий зв'язок між задоволенням співробітників компанії, що знаходяться в контакті зі споживачами, та, в свою чергу, задоволенням самих покупців - що в сукупності призводить до фінансового успіху компанії на ринку.

#### *Список використаних джерел:*

1. Система мотивації в Західній Європі і США [Електронний ресурс]: мотивація персоналу. - Режим доступу: <http://www.hr-life.ru/article/sistema-motivatsii-personala-v-zapadnoi-evrope-i-ssha>

2. BSC (Збалансована система показників) і Business Studio [Електронний курс]: Business Studio - Проектування організації. - Режим доступу: [http://www.businessstudio.ru/articles/article/bsc\\_sbalansirovannaya\\_sistema\\_pokazateley\\_i\\_busine](http://www.businessstudio.ru/articles/article/bsc_sbalansirovannaya_sistema_pokazateley_i_busine).

3. How Your Employee Loyalty Program Should Evolve in 2018 [електронний ресурс]: MTI-EVENTS. - Режим доступу: <https://www.mtievents.com/blog/employee-loyalty-program-evolve-2018>.

4. Як розрахувати і збільшити довічну цінність клієнта (CLV) [Електронний ресурс]: LPGENERATOR - технології залучення клієнтів. - Режим доступу: <http://lpgenerator.ru/blog/2015/08/04/kak-rasschitat-i-uvlichit-pozhiznennuyu-cennost-klienta-clv>.

5. Оцінка ефективності методів управління лояльністю [Електронний ресурс]: управління персоналом. - Режим доступу: <http://hr-portal.ru/article/ocenka-effektivnosti-metodov-upravleniya-loyalnostyu>.

**Лопушинська О. В.**, асистент  
Полтавська державна аграрна академія  
**Дмитренко А. Р.**, здобувач вищої освіти  
Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМТВА**

Економічний розвиток як країни в цілому, так і окремого підприємства, тісно пов'язаний з ресурсами. Саме тому питання використання наявних ресурсів для створення продукції з метою задоволення суспільних потреб є досить актуальним. В сучасній літературі в галузі економіки та менеджменту науковці виділяють наступні види ресурсів: природні, матеріальні, трудові (людські), фінансові, нематеріальні, інформаційні, часові, інтелектуальні, технологічні, технічні і т.д.

Сучасний розвиток інформаційного суспільства характеризується збільшенням ролі інформації. Сьогодні підприємства України функціонують в умовах переходу до інформаційної економіки і вимушені адаптуватися до динамічного мінливого середовища, постійно знаходячись в пошуку можливості отримання конкурентних переваг без додаткового збільшення основних факторів виробництва. Значні зрушення у порядку функціонування соціально-економічних систем спричиняють необхідність вивчення основних факторів розвитку підприємств в нових умовах, а також дослідження основних резервів для формування конкурентних переваг. Інформаційні та інтелектуальні фонди все частіше витісняють фізичні та фінансові фонди в якості основних факторів виробництва [1].

Враховуючи високу вартість та мінливість інформаційних технологій, перед кожним учасником ринку стоїть завдання щодо визначення власної стратегії з управління інформаційними ресурсами, тобто діяльності спрямованої на їхнє оптимальне використання.

Під поняттям «інформаційні ресурси» розуміють сукупність знань, ідей, інформації у будь-якій формі, призначеної для використання в процесі господарської діяльності підприємства [2, с. 188].

Управління інформаційними ресурсами спрямоване на максимально ефективне використання внутрішньої і зовнішньої інформації для прийняття потрібних і своєчасних рішень, які забезпечують досягнення мети, вирішення конкретних оперативних, тактичних чи стратегічних завдань.

Інформація формує основу для аналізу господарської діяльності, розробки оперативних, поточних і стратегічних прогнозів та планів. Тому збиранню, аналізу і використанню інформації необхідно приділяти велику увагу [3].

Для побудови ефективної структури управління інформаційними ресурсами підприємства варто брати до уваги основні правила оптимізації:

1) під час вирішення різних управлінських завдань менеджери часто використовують одні й ті самі дані, а єдина інформаційна база забезпечує їхнє зберігання без дублювання;

2) оперативність отримання даних забезпечується завдяки створенню певних робочих файлів, що містять лише ті реквізити, які необхідні для вирішення поставленого завдання;

3) електронний документообіг підприємства через локальні інформаційні мережі значно мінімізує час на введення даних та їхню передачу в інший підрозділ.

Процес організації управління інформаційними ресурсами підприємства складається з трьох основних блоків: управляючі процеси, процеси забезпечення передачі інформаційних ресурсів та процеси забезпечення.

Дані процеси дозволяють встановити основні вимоги до структур інформаційних систем управління:

1) структура системи має відповідати розподілу повноважень;

2) інформаційні ресурси усередині системи повинні бути побудовані так, щоб вони детально відображали рівні управління;

3) обмін інформацією між рівнями системи управління повинен здійснюватися по вертикалі як згори-вниз, так і знизу-вгору. В подальших дослідженнях доцільно оцінити дотримання цих вимог на всіх рівнях управління підприємством [4].

Отже, інформаційні ресурси мають вплив на всі сфери внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства. Рівень ефективності традиційних принципів і методів управління поступово знижується, оскільки система менеджменту підприємства раніше не передбачала управлінням таким специфічним ресурсом, як знання та інформація. Все це зумовлює необхідність побудови нової системи управління підприємствами, яка базується на формуванні, використанні та управлінні інформаційними ресурсами з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Наявність вищої, ніж у конкурентів, ефективності використання інформаційних ресурсів надасть низку переваг. Такі переваги допоможуть сформувати більшу величину інтелектуального капіталу, який, в свою чергу, забезпечить додаткові конкурентні переваги вищого рівня, підвищуючи тим самим рівень конкурентоспроможності підприємства в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Коломієць Т.В. Роль інформаційних ресурсів у процесі формування інтелектуального капіталу підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Коломієць // Ефективна економіка. – №11, 2017. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5907>

2. Лопушинська О. В. Підходи до визначення сутності та класифікації ресурсів підприємства / О. В. Лопушинська // Економічний форум. – №1, 2018. – С. 184-189

3. Ресурси підприємства, необхідність і сутність управління ними [Електронний ресурс] – Назва з екрану. – Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/ekonomika-pidpriemstva/3995-resursi-pidpriemstva-neobkhidnist-i-sutnist-upravlinnya-nimi.html>



4. Гриджук І. А. Формування ефективної системи інформаційних ресурсів на підприємствах телекомунікаційної сфери / І. А. Гриджук, О. М. Урікова // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – №3(13), 2015. – С. 55-60

**Лопушинська О. В.**, асистент  
**Панова Я. Г.**, здобувач вищої освіти  
Полтавська державна аграрна академія,  
м. Полтава, Україна

### **УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ БІЗНЕС-СТРУКТУР**

Трудовий потенціал є чинником ефективного функціонування підприємства, що характеризує здібності, які можуть бути використані для досягнення поставленої мети. Трудовий потенціал працівника є важливою складовою сучасного ринку праці. Чим вище трудовий потенціал, тим вище буде попит працівника серед роботодавців. Отже, трудовий потенціал працівника – це сукупність якостей людини, що дозволяють здійснювати трудову діяльність.

Сучасний трудовий потенціал України не відповідає потребам сучасного економічного розвитку країни. Можна виділити наступні основні проблеми формування трудового потенціалу в Україні:

- трудова міграція працездатного населення за кордон;
- низький рівень заробітної плати;

- низька демографічна база населення. На даний час спостерігаються низькі показники народжуваності та високі показники смертності населення країни, відбувається скорочення тривалості життя та відповідно загальне старіння нації;

- незбалансованість попиту й пропозиції робочої сили на ринку праці;

- інші проблеми. До них можна віднести: недостатнє забезпечення правових, економічних та соціальних гарантій для підвищення трудової активності, самостійної зайнятості, розвитку підприємницької ініціативи населення; недосконала система підготовки та перепідготовки кадрів відповідно до потреб економіки; слабкий моніторинг розвитку трудового потенціалу на коротку, середню і довгострокову перспективу; відсутність спеціальних програм з формування нової трудової свідомості населення, орієнтованої на високопродуктивну, кваліфіковану, відповідальну працю в умовах конкурентного ринкового середовища [1].

Трудовий потенціал формується і вдосконалюється під впливом певних факторів. Ці фактори поділяють на внутрішні (ті, що належать конкретному працівникові) і зовнішні (ті, що мають відношення безпосередньо до підприємства, організації, компанії в яких працює працівник). Персональні фактори залежать від особистості працівника, його власних дій, свого бачення, переконань, вони можуть бути як загальними для групи працівників, так і мати індивідуальні особливості. У свою чергу, організаційні фактори залежать від організаційних процесів підприємства і дій суб'єктів управління. Вони також можуть бути як єдиними з точки зору наукової методології і схожості практичної

реалізації в різних організаціях, так і мати особливості, характерні для конкретних організацій, галузей тощо [2].

Характерною ознакою сучасних процесів можна вважати те, що підприємства втрачають здатність контролювати стан власного трудового потенціалу та механізми його формування й використання. Зниження обсягів виробництва, низький рівень заробітної плати та заборгованості у її виплаті призводять до зниження професійно-кваліфікаційного рівня персоналу, його морального й інтелектуального потенціалів, що гальмує здійснення реструктуризації виробництва, освоєння передових технологій та виробництва конкурентоспроможної продукції [3, с. 107].

Метою розвитку трудового потенціалу персоналу є вдосконалення та покращення працездатності персоналу організації за рахунок кількісних, якісних і структурних перетворень трудового потенціалу.

Варто виділити наступні можливі заходи підвищення ефективності формування та використання трудового потенціалу вітчизняними підприємствами:

- введення та постійне використання матеріального та соціального стимулювання роботи працівників, а відповідно й підвищення рівня якості та продуктивності праці;

- виходячи з позиції, що кожний працівник має право на отримання заробітної плати не нижчої, ніж мінімальна в державі, встановити рівень оплати праці на такому рівні, який би відповідав ринковим стандартам й давав можливість на достойне життя;

- інші заходи організаційного та мотиваційного характерів [4].

Отже, в сучасних умовах господарювання ефективного функціонування підприємства, підвищення конкурентоспроможності підприємство визначається безліччю чинників, з-поміж яких важливе місце посідає трудовий потенціал. Тому працедавці повинні задуматись про підвищення ефективності виробництва. Підвищення ефективності виробництва може бути досягнуто внаслідок підвищення рівня складових частин потенціалу підприємства, зокрема трудового потенціалу. Для наявності трудових ресурсів, професійно-кваліфікаційний рівень яких відповідає сучасним вимогам, потрібна умова випуску конкурентоспроможної продукції, а також надання якісних послуг. Значну увагу підприємці повинні спрямувати на формування якісного складу персоналу підприємства, його стабілізацію та розвиток, ефективну мотивацію і формування у працівників зацікавленості в результатах праці та корпоративної свідомості.

#### **Список використаних джерел:**

1.Измайлов И. Управление трудовым потенциалом предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. – М., 2005. – 20 с.

2. Козак К. Б. Особливості структури трудового потенціалу персоналу сучасних підприємств [Електронний ресурс] / К. Б. Козак // Зернові продукти і комбікорми. – 2012. – № 3. – С. 5–9. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp\\_2011\\_1\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2011_1_16).

3. Вітюк Є. А. Особливості використання трудового потенціалу на підприємстві / Є. А. Вітюк, Т. І. Грінка // Наукові записки. – 2012. – Вип. 12. – Ч. 2. – С. 105–109.

**Мазур О.Є.**, к.е.н., доцент  
Одеський національний університет імені І. І.  
Мечникова, м. Одеса, Україна

### ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СТУПІНЧАСТІЙ КРИВІЙ ПОПИТУ

В неоіндустріальній економіці найважливішим фактором ціноутворення є споживчий попит. З економічної теорії нам відомо, що крива попиту має форму прямої або навіть плавний, безперервний вигляд. Проте у практиці найчастіше це не так. Зазвичай характер залежності обсягу попиту при переміщенні вздовж кривої постійно змінюється, а сама крива набуває ступінчатого вигляду. В певних точках вона має різкі злами і виглядає як ряд «східців» – плавних та крутих [1, с. 162; 2, с. 145, 148]. Це свідчить, що еластичність за ціною розрізняється в різних сегментах кривої попиту. Плавні «східці» ілюструють відрізки еластичного попиту, а круті – нееластичного.

Визначення типу еластичності на конкретному ціновому сегменті допомагає звузити вибір при встановленні ціни й обґрунтувати ефективну стратегію ціноутворення, спрямовану на підвищення доходів. Так, в межах еластичного відрізка варто обрати *нижчу* ціну, тому що це збільшить обсяг продажу і доходи. В межах нееластичного відрізка доцільно встановити *вищу* ціну, адже за нижчої ціни попит буде майже таким самим, але доходи впадуть. Якщо виявлено відрізок з одиничною еластичністю, то за будь-якої ціни на його кінцях доходи залишаться незмінними, тому ціна обирається з урахуванням інших факторів.

Розглянемо умовний приклад. Нехай деяка компанія, що володіє мережею роздрібних супермаркетів здійснила ціновий експеримент, під час якого тестувалася роздрібна ціна на коректори-ручки. В кількох супермаркетах ціна коректорів спочатку підвищувалась, а потім поступово знижувалась, в результаті отримано дані, наведені в табл. 1.

Таблиця 1.  
Результати цінового експерименту щодо коректорів-ручок

Ціна, грн за 1 од.	Обсяг попиту, од.	Зміна ціни, %	Зміна попиту, %	Еластичність (дугова)	Виторг, грн	Тип попиту
21	250	-	-	-	5250	-
18	320	15,38	24,56	-1,6	5760	Еластичний
15	350	18,18	8,96	-0,49	5250	Нееластичний
12	530	22,22	40,91	-1,84	6360	Еластичний

Очевидно, зміни цін викликають неоднакові коливання попиту, тобто еластичність попиту є різною на різних ділянках кривої попиту. Розрахунки

свідчать про наявність двох еластичних ділянок (AB і CD), а також однієї нееластичної (BC). На рис. 1 різницю між еластичністю ілюструє нахил «східців» кривої попиту.

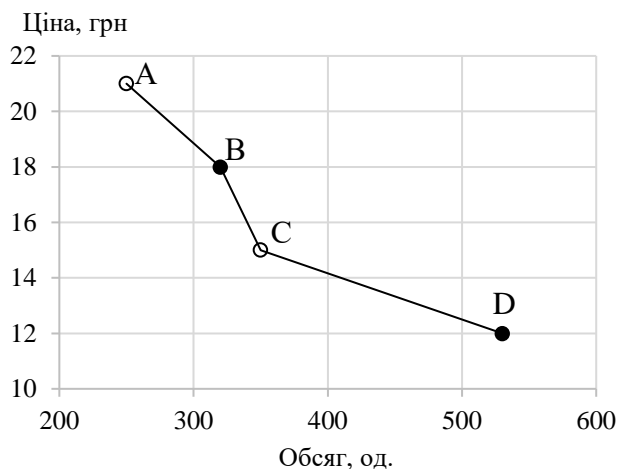


Рис. 1. Крива попиту на коректори-ручки

За наслідками експерименту можна зробити такі висновки:

- в ціновому діапазоні 18-21 грн попит еластичний, тому більш вигідною ціною є 18 грн; максимальний обсяг доходу можливий на рівні 5760 грн;
- в ціновому діапазоні 15-18 грн попит нееластичний, тому доцільно встановити вищу ціну – 18 грн і отримати 5760 грн. Вочевидь, на сегменті 15-21 грн існує єдина вигідна ціна – 18 грн;
- в ціновому діапазоні 12-15 грн попит еластичний, тому оптимальна ціна – 12 грн, вона дасть змогу отримати дохід 6360 грн.

Отже, в межах 12-21 грн існує дві найвигідніші цінові точки – 12 і 18 грн, за яких можлива максимізація доходів. Якщо компанія поставить за мету залучення якомога більшої кількості покупців, то доцільно встановити роздрібну ціну на найнижчому рівні – 12 грн. Якщо компанія прагне працювати в сегменті більш високої якості, то серед вищих цін варто обрати 18 грн.

**Список використаних джерел:**

1. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : Навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури». 2012. 480 с.
2. Герасименко В. В. Управление ценовой политикой компании: учебник. М. : Эксмо. 2006. 958 с.

**Маліновська О.Я.** к.е.н., доцент  
доцент кафедри економіки та менеджменту  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка, м. Львів, Україна

**СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ В  
УМОВАХ ДЕФЦИТУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ**

Для ефективного функціонування фінансового ринку, важливим є проведення маркетингових досліджень. До цього можуть спонукати об'єктивні причини, а саме: зміна кон'юнктури ринку, проведення державними структурами

недосконалої підприємницької політики, що спонукають їх до заходу в тінь. Стратегія маркетингу повинна стимулювати інтереси підприємства і суспільства в цілому, отримувати відповідні вигоди від проведеної діяльності.

В умовах кризи, суб'єктам господарювання, необхідно інтенсифікувати взаємодію інструментів маркетингу та менеджменту, та на жаль, практика показує неефективне використання маркетингових інструментів. Тому питання про ефективність маркетингової діяльності в умовах дефіциту є актуальним.

Метою маркетингу є вивчення особливостей ринку в цілях максимального задоволення потреб споживачів і забезпечення умов отримання найбільшого прибутку організації від збуту виробленої ним продукції або надання послуг[1].

Тобто формування адекватних зовнішніх умов ведення бізнесу, що є особливо актуальним в умовах кризи. Необхідно сформулювати ефективний механізм антикризового управління, але на даний час, з цього приводу не існує спільної думки.

Маркетинг в антикризовому управлінні є не просто однією з підсистем підприємства, а основою, на якій базується робота всіх інших його підрозділів. Формування антикризової політики має ґрунтуватися на внутрішніх можливостях підприємства, тобто прогнозування, планування, мотивація персоналу, процеси централізації та децентралізації, організаційні структури управління і контролю тощо.

Аналіз ринкових можливостей підприємства має здійснюватися, насамперед, з використанням мікросередовища в якому функціонує підприємство. А в результаті ми маємо отримати таку дієву антикризову стратегію, яка впроваджувалась б з цілю виведення підприємства з кризи.

Як показує практика, в умовах фінансового дефіциту під одне з перших скорочень підлягає відділ маркетингу. Через нестачу фінансових коштів, більшість керівників підприємств вирішує звільнити частину персоналу задля економії ресурсів.

Науковці стверджують, що економити на маркетинговому бюджеті, в період кризи, не варто, а навпаки приділити більшої уваги. Бюджет маркетингу передбачає витрати на маркетингові дослідження ринків, на забезпечення конкурентоспроможності товарів, на інформаційний зв'язок зі споживачами – рекламу, стимулювання збуту, організацію товарообігу[2].

В умовах нестабільності можна виділити такі основні проблеми підприємства, як: зниження обсягів інвестицій, нестача грошових коштів на подальше функціонування підприємства, зниження ефективності підприємства та систем комунікацій, зміни поведінки споживача та його потреб, посилення конкуренції. Все це безпосередньо впливає на маркетинг і тому призводить до скорочення рекламних затрат. Для того, щоб уникнути занепаду підприємства запропоновано стратегію оптимізації маркетингового бюджету.

В основі цієї стратегії лежить принцип, що в умовах спаду та нестабільності потрібно не скорочувати рекламні витрати, а навпаки їх оптимізувати. Нам відомо чотири фази економічного коливання (спад, дно, піднесення, вершина), тому люба економічна криза є можливістю для розвитку та зростання.

Дана стратегія мала довід вже в відомих нам компаніях, таких, як: Disney, Apple, Microsoft [3]. Ті компанії, які вирішили інвестувати кошти в маркетинг в період дефіциту, як правило, розвивались швидше. Проте варто зазначити, що дану стратегію зможе застосувати не кожна компанія, оскільки може виникнути значне падіння продаж у зв'язку з зниженням платоспроможності споживачів. Тому дана стратегія, з іншого боку, пропонує варіант посиленого просування продуктів, що забезпечать основний прибуток компанії.

В кризовий період, компанії мають можливість отримати більшу частку ринку, аніж у стабільний період, оскільки деякі з конкурентів уже занепали. Прибуткове підприємство повинно витратити свої останні фінансові ресурси, щоб продовжувати процес розвитку. Якщо ж воно вирішить зменшити витрати на маркетинг, то в період зростання ВВП і ВНП, розвитку економіки доведеться вкласти ще більше фінансових ресурсів. Це потребуватиме часу, а в умовах стрімкого розвитку економіки, динамічне зростання підприємства є найбільш головною умовою задля збереження конкурентних позицій на ринку.

Великі, відомі компанії, які вже зазначалися вище, використовували одне з найбільш ефективніших типів носіїв маркетингу – телебачення. Компанії, які використовували телевізійну рекламу мали майже на 60% більший показник успіху ніж ті, які не використовували її. Реклама є найбільш ефективною тому, що вона найбільш яскраво відображає емоції від користування певним товаром. Споживачі мають можливість більш повно та яскраво дізнатись про продукт компанії.

Маленькі компанії часто мають диспропорцію маркетингових витрат, оскільки потребують додаткових коштів у просуванні бренду. На відмінну від великих компаній, які мають змоги отримувати великі доходи за короткий період часу та раціонально використовувати свій бюджет.

Виживання компанії в таких умовах є пріоритетним, а скорочення з ринку праці є неминучим, тим не менш, при оптимальному використанні бюджету, дефіциту можна оминати. Також можна винайти свою інноваційну, креативну антикризову стратегію подолання дефіциту та виведення підприємства з кризи на нові великі можливості [4].

Отже, можна зробити висновок, що в умовах дефіциту фінансових ресурсів та економічної нестабільності, маркетинг прямо або опосередковано впливає на бюджет підприємства. В сучасних економічних умовах необхідно забезпечити правильний вибір засобів та методів подолання кризи. Кожна компанія має пристосуватись до нестабільності і тільки за умов правильно продуманої маркетингової стратегії підприємству можна втримати свою конкурентну позицію, та за невеликих фінансових витрат досягти значних результатів в даній сфері.

#### *Список використаних джерел:*

1. Malinowska O.Y. Analysis of strategic potential of regional civil programs in the context of regional development policy (by the example of the Lviv region) / O.Y. Malinowska // Slovak international scientific journal – 2019. – № 26. – С. 17-24

2. Маліновська О.Я. Розвиток економічного аналізу в сучасних умовах / О.Я. Маліновська, І.С. Севастянович // Економічна аналітика: сучасні реалії прогностичні

можливості [Зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. (19 квітня 2019р) ] / Київ: КНЕУ, 2019. – С. 193-196.

3 Маліновська О.Я., Юрченко К.О. Міжнародний досвід розвитку інноваційного потенціалу управління організацією / О.Я. Маліновська, К.О. Юрченко // Сучасна парадигма публічного управління [матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 жовтня 2019 р., м. Львів) ] / за наук. ред. к.е.н., доцента Стасишина А.В. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – С. 524-577.

4. Маліновська О.Я. Сучасні тенденції розвитку маркетингу як концепцій управління / Маліновська О.Я., Вовк В.В. // Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (28 листопада 2018 р.)] / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2018. – С. 58- 61.

**Мисик В.М.,** аспірантка  
**Науковий керівник: Жежуха В.Й.,**  
к.е.н., доцент, Національний університет  
«Львівська політехніка», м. Львів, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ АЗІАТСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОГО РЕГІОНУ**

Зростання масштабів івент-індустрії тісно пов'язане із тенденціями економіки конкретного регіону. Серед чималої кількості чинників впливу на якісне управління івент-подіями дослідники Азіатсько-Тихоокеанського регіону виокремлюють три найбільш значущі [1]:

1) співвідношення ціни та якості. «Здорові» відносини ціни та якості є важливими ознаками розумної бізнес-стратегії у будь-якій галузі. Дослідивши стратегії ціноутворення в декількох агентствах по всьому регіону та проаналізувавши, як різні набори послуг івент-індустрії оцінюються, можна визначити оптимальний варіант;

2) можливості адаптування івент-подій до потреб конкретного клієнта. Привабливість послуги у сфері івент-індустрії для потенційного покупця в першу чергу обумовлюється здатністю компанії адаптувати свої рішення під потреби конкретного клієнта. Якщо обране івент-агентство оперує поняттями «налаштування» й «адаптування» у своєму наборі функцій – це хороша передумова успіху у конкурентній боротьбі;

3) технологія івент-менеджменту, що використовується. Світовий ринок управління подіями весь пронизаний розумними технологіями. Ніколи не буде зайвим запитати, чи обслуговує івент-компанія своїх клієнтів з допомогою смарт-технологій для полегшення ухвалення високотехнологічних рішень, перш ніж зробити остаточний вибір.

Із перетворенням Китаю на світову економічну наддержаву, розвитком високотехнологічної інфраструктури Гонконгу та Сінгапуру, а також безперервним впровадження успішних стартап-проектів на тлі функціонування країн Східної Азії Азіатсько-Тихоокеанський економічний регіон відзначився надзвичайно динамічним розвитком івент-індустрії. Як приклад, люди з різних частин світу проїжджають тисячі кілометрів, щоб відвідати RISE у Гонконзі та

фестиваль FinTech у Сінгапурі [1]. Відповідно, вони очікують, що ці події будуть вражаючими, віддзеркалюючи атмосферу регіону та широкий асортимент івент-технологічних нововведень.

Розглянемо декілька конкретних регіонів Східної Азії з позиції стану і перспектив розвитку івент-індустрії у них.

1. Сінгапур. Розвиток індустрії подій в Сінгапурі завжди був зумовлений тенденціями, які формують економіку країни. Сінгапур відомий своєю потужною економікою, яка процвітає вже протягом багатьох років, що дозволило країні стати регіональним центром для бізнесу та туризму. З більш ніж 30 000 міжнародних компаній, розташованих в Сінгапурі, він служить ідеальною локацією для проведення міжнародних та регіональних заходів і подій. У країні щорічно відбуваються різноманітні конференції, зібрання, виставки та конвенції в різних галузях науки (охорона здоров'я, спорт, медицина, інноваційні технології, фінанси, інвестиційна діяльність, економічні питання, міжнародна торгівля та інші).

2. Гонконг. Відвідувачі одного з найпопулярніших міст Азії – Гонконгу – завжди відзначають надзвичайні враження від поїздки, незалежно від того, їдуть вони в цілях бізнесу чи відпочинку. Привабливість та вишуканість міста в поєднанні з його культурним розмаїттям і космополітичним способом життя – це те, що привертає сюди увагу відвідувачів в першу чергу. Гонконг, беззаперечно, поєднує бізнес з гостинністю, зручністю та професіоналізмом. Інфраструктура світового класу в Гонконгу, найсучасніші майданчики для проведення заходів, чудові місця розміщення в готельних комплексах та ефективна транспортна система допомагають в процесі пошуку зручного місця для організування подій у сфері ділового туризму. І це, звичайно, сприяє зміцненню економіки міста, розвитку високотехнологічних засобів, обумовленню безпечності вулиць згідно світових стандартів, а також поширенню яскравої культури по усьому світу.

3. Китай. Як одна з країн БРІК, Китай – це зростаючий економічний ринок, наповнений потенціалом у сфері івент-менеджменту. Організування ділових поїздок як складовий елемент івент-індустрії складає 42% від загального обсягу внутрішніх поїздок у Китаї та становить 45% загальних витрат на відрядження. Шанхай (27%) та Пекін (25%) приймали більшість бізнес-поїздок в Китаї за останні 12 місяців, далі за якими йдуть такі міста, як Гуанчжоу (24%), Гонконг (11%) та Макао (6%) [2]. Ці цифри пояснюють, чому великі міжнародні мережі готелів у Китаї, незважаючи на економічне сповільнення країни, посилюють плани розширення сфери управління подіями, щоб задовольнити зростаючий попит на діловий туризм у цій країні. Багато розробок з використання готельного потенціалу включають проведення мега-виставок і конференцій, що безпосередньо є питаннями івент-менеджменту та туризму.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон в івент-індустрії характеризується чималою зосередженістю на сфері ділових та професійних поїздок, зокрема організації виставок, виробничих ярмарок, наукових та бізнес конвенцій і конференцій, бізнесових зустрічей та інсентів-турів, корпоративних заходів і святкувань. Це дозволяє залучити ширший спектр професійних послуг різних



галузей та окремих виконавців, одночасно забезпечуючи розвиток економіки, туризму і міжнародного співробітництва. Основна увага акцентується на діловому прошарку населення, які в перспективі здобудуть можливість розвивати країну на міжнародному рівні, забезпечуючи значний потік іноземного капіталу з різних країн світу.

Отже, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні івент-індустрія набуває все більшою популярності, у якій все ж домінуючу роль відіграє діловий туризм як важлива складова івент-менеджменту.

*Список використаних джерел:*

1. Best Event Management Companies in Asia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalsignin.com/3-signs-of-a-quality-event-management-agency/>
2. Growth and Trend of China's MICE Industry. [Електронний ресурс]. – <https://www.beyondsummits.com/growth-and-trend-chinas-mice-industry/>

**Михайлова М.С.**, магістрант  
**Науковий керівник: Сокіл Я.С.**, доцент.,  
Таврійський державний агротехнологічний  
університет імені Дмитра Моторного  
м. Мелітополь, Україна

## **ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ У БІЗНЕС-СТРУКТУРУ В НЕОІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

У сучасних економічних умовах, осягнення технологічної відсталості потребує створення технологічної системи на передумові з'єднання запасів на провідних напрямках, а саме таких як: підвищення інноваційної та фінансової активності, активізація впливу комплексу маркетингу на бізнес-структуру.

У сучасному світі неоіндустріалізація надає можливість перейти на шлях диверсифікації та високотехнологічної модернізації.

Саме тому основним елементом є комплекс маркетингу, який створює умови для конкурентоспроможності й та ефективної системи управління.

Основна мета неоіндустріалізації в Україні полягає у відродженні бізнес-структур, як провідної та високоефективної системи новітніх процесів.

Створення конкурентоздатних бізнес-структур передбачає аналіз сильних та слабких сторін із подальшим розробленням плану по зміцненню позицій; забезпечення якості та безпечності робочих місць, як основи мотивації до праці, професійного вдосконалення; екологізацію бізнес-структур та досягнення стійкого конкурентного статусу на стратегічно важливих ринках [1,5].

Найважливішою метою неоіндустріалізації, є орієнтація на розв'язання виявлених проблем бізнес-структури та їх запобігання в майбутньому.

До основного переліку цілей неоіндустріалізації бізнес-структур можна віднести наступні рівні:

1. *На макрорівні:*

- збільшення впливу інноваційного чинника на зростання, розвиток і конкурентоспроможність промисловості (зростання частки інноваційної продукції в обсягах реалізованої);

- формування ринку праці, насамперед, у частині висококваліфікованих фахівців із новітніх промислових технологій (приріст високотехнологічних робочих місць, поліпшення співвідношень в оплаті праці);

## 2. На мезорівні :

- формування якісної нової технологічної бази на основі комплексного впровадження новітніх інноваційних технологій (зростання частки продукції, виробленої з використання прогресивних технологій; поліпшення тривалості виробничого циклу та безпеки умов праці);

## 3. На мікрорівні:

- формування стратегічних конкурентних переваг [2].

Виходячи, з вище наведеного переліку можна сказати те, що основним завданням маркетингу бізнес-структур в неоіндустріальній економіці – це конкретизація цілей на основі проведених аналізів та впровадження комплексу 4P, який дасть змогу зміцнити своє положення на ринку.

Відповідно, основними факторами неоіндустріального розвитку є:

- у ресурсно-відтворювальному аспекті (конкурентні технологічні та продуктові інновації);

- у макроекономічному аспекті (внутрішній та зовнішній попит);

Для того, щоб утримувати лідерські позиції потрібно дотримуватись наступних етапів:

I етап. Зупинення погіршення умов виробництва та виявлення потенційно ефективних галузей розвитку. На даному етапі потрібно приділити увагу пошуку ринків збуту та поступово впроваджувати дифузію інновацій.

II етап. Формування ключових програм.

Завдання другого етапу полягають у тому щоб підтримувати зростаючу динаміку таких показників, як: рівень інноваційних активностей, ресурсоспоживання, організація виробничих та управлінських процесів.

III етап. Реалізація комплексу маркетингу у бізнес-структурі.

Цей етап найголовніший тому, що впроваджується комплекс 4P, який у майбутньому дасть зрозуміти успішність розробленого проекту [3].

Однак, в неоіндустріальній економіці доцільно передбачити можливі ризики, які можуть завадити в процесі роботи. Найбільш імовірними є такі ризики:

- загального зменшення економічного потенціалу країни;

- затягування процесів вироблення узгоджених програм;

- збільшення структурного безробіття у зв'язку з розширенням сектору високотехнологічних виробництв [4].

Висновок. Підсумовуючи все вище зазначене, можна зробити висновок, що маркетинговий комплекс в бізнес-структурі передбачає утворення управлінських структур спеціалізованих на розв'язанні завдань стратегічного розвитку на основі

адекватних оцінок ситуації, можливостей і комунікацій в неоіндустріальній економіці.

**Список використаних джерел:**

- 1.Амоша А.И. Неоіндустріалізація і нова промислова політика України: / А.И. Амоша. - Економіка промисловості, 2012.– С. 3-36.
- 2.Кіндзерський Ю.В. Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації : / Ю.В. Кіндзерський. – К.: НАН України, Ін-т екон. та прогнозув., 2013. – 536 с
- 3.Ковальов, М. Н. Вплив неоіндустрії на бізнес-процеси в ланцюгах поставок: / М. Н. Ковальов.- Логістика,– 2017. – С. 26–29.
4. Шепетько, Р.І. Неоіндустріалізація як фаза технологічного розвитку реального сектору економіки: / Р.І.Шепетько.- зб.наук. праць, 2014.- С. 29-33.
5. Sokil Y. Agricultural Economic Stability And The Impact Factors As The Government Priority Policy Issue In Ukraine / Y. Sokil, O. Sokil / Borsa İstanbul Finance & Economics Conference 2013[«Policy Issues and Challenges in the Global Financial System and Economies”], (September 30 – October 1, 2013) / Borsa Istanbul, 2013. – p 46.

**Мощенський В.О., студент**  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,**  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ  
ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ЧИННИК ЙОГО РОЗВИТКУ**

Важливість дослідження організаційно-економічних механізмів для пояснення поведінки суб'єктів економіки пояснюється тим, що і донині серед науковців та практиків поняття «економічний механізм», «організаційно-економічний механізм» управління мають різні тлумачення та зміст, що ускладнює їх практичне застосування [1].

Утворення організаційно-економічного механізму управління (ОЕМУ) на підприємстві в даний час є одним із способів мобілізації власних ресурсів для підтримки на належному рівні та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Галузеві особливості підприємств є до такої міри значними, що застосування універсальних положень формування ОЕМУ не може гарантувати необхідної ефективності діяльності. Питанням розробки окремих методів формування ОЕМУ для підприємств окремих галузей промисловості не приділяється достатня увага. При обставинах неідеальної концепції управління, нестабільність функціонування індустріальних компаній ускладнює його адаптацію до жорстких умов ринку.

У сучасній вітчизняній науці є ряд визначень організаційно-економічного механізму. Це підтверджує багатосторонність та складність досліджуваної теми по відношенню до виробничих взаємозв'язків, які складаються на промислових підприємствах з урахуванням галузевих особливостей. Недостатність досліджень

цього механізму як цілісної системи пояснюється різноманіттям та складною взаємодією елементів ОЕМУ промислового підприємства [2].

Організаційно-економічний механізм являє собою непросту цілісну систему, яка містить декілька груп відносин. Головними функціями організаційної економічного механізму вважаються [3]:

- 1) реалізація підприємницького потенціалу та забезпечення ефективної взаємодії між елементами структури підприємства;
- 2) здійснення самоорганізації та взаємодії між елементами системи з метою організації ефективного виробництва;
- 3) підтримка стійкої мотивації до створення постійних комбінацій чинників виробництва на інноваційній ризиковій основі;
- 4) підтримання стійкості економічного, організаційного, правового та соціального середовищ, які забезпечують, з одного боку, свободу та ефективний розвиток підприємництва, з іншого боку - його соціальну спрямованість.

Навіть після досить тривалого періоду вивчення та при значному числі робіт з даної проблематики, вчені так і не дійшли спільної думки щодо сутності організаційно-економічного механізму управління сучасним промисловим підприємством. Теоретичне осмислення сутності, змісту та відмінних рис функціонування господарського механізму в 1960-1980-х роках було виконано такими вченими, як Л.І. Абалкін, А.Г. Аганьян, Н.П. Федоренко та ін. [2]

Один з найбільш значних вкладів в дослідження механізму привніс чеський учений Я. Феріанц, який вважав, що в основі економічного механізму лежить концепція об'єктивних відносин, виходячи з яких люди працюють для задоволення своїх матеріальних потреб [2].

Подальший розвиток наукових поглядів характеризується великою кількістю різних теорій про ОЕМУ підприємства. Більшою мірою, ці роботи стверджують, що цей механізм є сукупністю форм, методів, правил незалежного функціонування промислового підприємства для досягнення поставлених цілей.

Всі існуючі визначення ОЕМУ об'єднує одна ознака - організаційно-економічний механізм виділяється як окрема функція управління, яка має суттєвий та безпосередній вплив на ефективність підприємства. Такий механізм можна назвати функціональним механізмом з організаційно-економічного управління. Він є механізмом забезпечення дії відносно відокремлених напрямів управлінської діяльності, тобто певних функцій управління.

Цій системі як сукупності: елементів, методів, форм, способів, правил, процедур управління та прийняття рішень, притаманні відмінні ознаки функції управління, які мають свої назви. Наприклад, до функціональних організаційно-економічних механізмів управління можна віднести: механізм конкуренції, механізм кредитування, механізм мотивації праці, механізм контролю, механізм регулювання тощо [1].

Але, на практиці досить проблематично виділити будь-які «чисті» механізми, які б були тільки фінансовими або тільки організаційними. Виділення механізмів відповідно до принципу однорідності виконується за наявності в них основних властивостей деякого «функціонального» механізму. Таким чином, у

фінансовому механізмі, мають всі шанси на існування елементи механізму стимулювання, або організаційного механізму, і навпаки.

Таким чином, різноманітні підходи авторів щодо категорії «економічний механізм», структура побудови системи управління підприємством та його ОЕМУ приводять до наступних висновків [2]:

- ОЕМУ є частиною господарського механізму підприємства та одним з головних його елементів. ОЕМУ є системним важелем впливу економічними засобами на внутрішні щодо підприємства відносини та процеси економічного характеру;

- структурно ОЕМУ побудована як функціонально-цільова схема багатфункціональних систем нижчого порядку, систем забезпечень, а також економічних інструментів, які у сукупності орієнтовані на кінцевий результат бізнесу.

Різнманітність теоретичних підходів до інтерпретації визначення та елементів ОЕМУ все ж не відповідають потребам практики з управління підприємством та не віддзеркалюють специфіку галузевих особливостей.

Існує потреба теоретичного та методичного дослідження цих особливостей, необхідність створення інструменту вибору механізму, який би відображав галузеву специфіку підприємства.

Практична значущість вирішення цієї проблеми для промислових підприємств, що функціонують в умовах нестабільності українського та глобального ринку, жорстке конкурентне середовище в цілому зумовлюють подальші напрями та актуальність її дослідження.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мішеніна Н.В., Коваленко О.В. Внутрішній економічний механізм підприємства. 2007. [Електронний ресурс] // URL: <http://sumdu.telesweet.net/doc/lections/Vnutrenniy-ekonomicheskiiy-mehanizm-predpriyatiya/index.html>

2. Шилова Т.А. Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства. [Електронний ресурс] // URL: [http://www.rusnauka.com/SND/Economics/10\\_shilova.doc.htm](http://www.rusnauka.com/SND/Economics/10_shilova.doc.htm)

3. Райзберг Б.А., Лозовський Л.Ш., Стародубцева Є.Б. Сучасний економічний словник. М., 2003 [Електронний ресурс] // URL: <http://yas.yuna.ru/>

**Навроцький Н.А.**, студент  
**Науковий керівник: Ніколєнко І. В.**,  
старший викладач кафедри маркетингу  
Національний університет харчових технологій  
Київ, Україна

### **ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ В ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ**

В сучасному світі соціальні медіа та мережа Інтернет стають невід'ємною частиною життя людини. Всесвітня павутина стала сучасним методом комунікацій між компаніями та клієнтами, завдяки яким підприємства можуть привертати увагу потенційної аудиторії цілодобово та встановити з ними стійкий безперервний емоційний зв'язок.

Більшу частину свого часу людина проводить в мережі Інтернет, використовуючи різноманітні гаджети, відвідуючи сторінки сайтів різних компаній та соціальних мереж. Видатні бізнесмени сучасності вважають, що якщо твоєї компанії немає в Інтернеті, то її немає взагалі, що дійсно є правдою, оскільки більшість людей дізнається інформацію про певні товари та послуги завдяки ресурсам Всесвітньої павутини, а не консультантам певної компанії. Інтернет дав змогу сучасним споживачам дізнаватись про діяльність певних компаній, їхні товари та послуги, відгуки та враження інших людей про них, швидко та в режимі реального часу, що створили для компаній можливість масштабувати власний бізнес, збільшувати кількість потенційних споживачів, налагоджувати відносини з клієнтами. Проте поведінка споживачів в мережі Інтернет відрізняється від поведінки в традиційному магазині. Саме тому вивчення поведінки споживачів в мережі Інтернет є актуальним у сучасному світі бізнесу.

Розроблення ефективних способів та інструментів впливу на кінцевий вибір відвідувача сайту є одним із головних питань, що турбують сучасних маркетингових фахівців. В умовах сучасної конкуренції впливати на вибір клієнта є особливо важким та клопітким процесом. На сьогодні виділяють три категорії користувачів в мережі Інтернет:

- «Сержант» – користувач, що має мінімальний рівень знань про Інтернет-магазини та не здійснює купівлю в Інтернеті;
- «Лейтенант» – користувач, що має достатній рівень знань щодо покупок через Всесвітню павутину, проте рідко здійснює купівлю через Web-сайт;
- «Капітан» – досвідчений користувач, що має глибокі знання про побудову сайту, легко орієнтується по навігації сайту, володіє всією необхідною, для створення купівлі, інформацією. Дана група користувачів часто здійснює купівлі через Інтернет [2].

Розглянемо особливості поведінки споживачів в електронній комерції та фактори, що впливають на неї.

Складність вибору товару. Сьогодні в Інтернеті представлений широкий вибір різноманітних товарів та послуг, користувач має широкий спектр альтернативних товарів різних виробників та різної цінової категорії. Через що процес здійснення вибору ускладнюють, особливо коли аналогічний товар певного бренду продають два продавці за однаковою ціною, то користувач починає глибше аналізувати відгуки та діяльність кожного продавця, що може затягнути процес вибору на декілька годин.

Замовлення з іншої точки планети. Користувач може замовити будь-який товар із різних куточків світу, замовивши його в декілька кроків. Можливість здійснення купівлі не виходячи із квартири є великою перевагою для споживача, даний фактор позитивно впливає на споживачів, які почувають себе набагато впевненіше, оскільки часто вважається іноземний товар більш якіснішим за вітчизняний.

Повнота інформації про продавця/виробника. Важливим чинником, що позитивно впливає на поведінку споживачів в Інтернеті є повна інформація про

діяльність бренду, його соціальну позицію, думку інших покупців про нього та багато іншого.

Однією із важливих особливостей, що позитивно впливає на споживачів та мотивує їх робити покупки в мережі Інтернет – платіжні інструменти.

Платіжний інструмент – засіб, що має певну форму на паперовому, електронному чи певному іншому носіїв інформації, та використовується задля ініціювання переказу коштів. До платіжних інструментів також відноситься документація для переказу та електронні платіжні способи [1].

Найбільш популярними в Україні системами електронних платежів є:

- 1) SendMoney – платіжна система для грошових переказів із будь-якої карти, в будь-який куточок світу, є створеною ПриватБанком;
- 2) PayPal – найбільша дебетова електронна платіжна система світу, широко використовується для оплати міжнародних покупок;
- 3) WebMoney – міжнародна система електронних розрахунків, створена в кінці 90-х років в Росії;
- 4) iPay.ua – Інтернет-система, що дозволяє для здійснювати грошові перекази та онлайн-платежі.
- 5) Portmone – платіжна система, що дозволяє здійснювати не тільки традиційні покупки в Інтернеті, а також оплатити комунальні послуги чи поповнити мобільний телефон.

Головним завданням для Інтернет-компаній є постійний контроль та аналіз дії користувачів на сторінці сайту, слідкування за трафіком та конверсією сайту, а також застосування сучасних маркетингових інструментів просування Web-сайтів в пошукових системах: пошукова оптимізація сайту (SEO), маркетинг в соціальних мережах (SMM), оптимізація соціальних мереж (SMO), прямий маркетинг, реклама в Інтернеті (контекстна, банерна, медійна, ти зерна, реклама в соціальних мережах, ретаргетинг).

Отже, торгівля в мережі Інтернет стає все популярнішою кожного дня, кількість споживачів, що надають перевагу онлайн-покупкам постійно зростає, саме тому сучасним Інтернет-компаніям необхідно глибоко дослідити, як змінюється поведінка споживачів на просторах Інтернет-ресурсах, а також як ефективно на неї впливати задля зміцнення власних конкурентних позицій.

#### *Список використаних джерел:*

1. Платіжні інструменти [Електронний ресурс] / – Режим доступу: [https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=125410](https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=125410)
2. Саркісян Д. Д. Подання споживачів в інтернеті / Д. Д. Саркісян // Молодий вчений. – 2017. – № 41. – С. 59-62.

**Назаренко К. М.**, студентка,  
**Ольховський Р. В.**, студент  
**Науковий керівник: Острияніна С.В.**,

к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет  
економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна

## **ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК БАЗОВИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Організаційна культура є вагомим стратегічним інструментом, адже «конкурентам важко імітувати нематеріальну (на відміну від фінансової і матеріальної) складову успіху, що робить її джерелом суттєвих конкурентних переваг» [7, с.39]. Крім того, за даними наукових досліджень на базі промислових підприємств, діагностика «організаційної культури дозволяє прогнозувати і виділяти найнебезпечніші, з точки зору формування опору, підрозділи організації і групи співробітників» [1, с.124], що має надзвичайно важливе значення в інноваційному менеджменті і забезпеченні організаційного розвитку підприємства.

Успіх економічних реформ та стратегії інноваційного розвитку перебуває в тісній залежності від ступеня розвитку економічної культури як на макро-, так і на мікрорівні. Становлення ринкових відносин в Україні на інноваційних засадах потребує переоцінки національних цінностей, які лежать в основі економічної культури суспільства [3, с.120]

Економічна культура на рівні держави та культура на рівні окремого підприємства включала в себе широкий набір елементів (ціннісних, нормативних, символічних, управлінсько-комунікаційних та іміджевих), які пропагували цінності і норми поведінки людини на виробництві.

Дослідники консалтингової компанії «Мак-Кінсі» Т. Пітерс і Р. Вотермен сформулювали концепцію 7-S, яка описувала систему із семи елементів, найважливіших для розвитку та ефективного функціонування будь-якої організації. Центральним елементом цієї системи були загальновизнані цінності, які справляли вплив на інші складові, такі як стратегія, навички ключових працівників, структура організації, система процедур і процесів, персонал і стиль управління. Більшість дослідників з проблем організаційної культури вважають книгу Т. Пітерса і Р. Вотермена «В пошуках ефективного управління» початком наукових досліджень культурного поля організації та запровадження широкого використання в науці і практиці терміну «організаційна культура». Ці дослідники на основі аналізу фінансової звітності і результатів опитування керівників і співробітників описали вісім ознак успішних організацій (ціннісне керівництво, вірність своїй справі, сприяння інноваціям, врахування запитів споживачів, повага до кожного працівника та ін.) і прийшли до двох важливих висновків: 1) зразкові компанії «розвивають культури, в яких втілюються цінності і методи видатних лідерів»; 2) «істинна роль головного керівника полягає в тому, щоб управляти ціннісними установками організації» [6, с. 64].



За даними Лапіної Т. А. усі визначення організаційної культури можна поділити на дві групи: перша об'єднує визначення, у яких вказується на елементи організаційної культури (наприклад, визначення К. Камерона та Р. Куїнна), друга включає визначення, в яких корпоративна культура розглядається як спосіб адаптації до зовнішнього середовища, спосіб існування організації (наприклад, визначення Е. Шейна, Т. Соломанідіної) [2, с.10]. О. Г. Тихомирова вважає, що «всі існуючі визначення організаційної культури можна поділити на три групи: 1) визначення – характеристики діяльності організації та її членів; 2) визначення, які містять перерахування елементів організації; 3) визначення, які трактують організаційну культуру як цілісну категорію» [8, с.10].

Відповідно до описаних вище характеристик організаційної культури, у своїй монографії, Харчишиною О. В. сформульовано узагальнене визначення, як базового елемента внутрішнього середовища організації, який забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію і виступає інтегральною характеристикою рівня її розвитку; формується в результаті міжособистісної взаємодії членів організації в процесі її еволюційного розвитку та цілеспрямованого впливу керівництва; включає імпліцитну (переконання, цінності, принципи, соціально-психологічний клімат) та експліцитну (документально-нормативне забезпечення управління, символи, традиції, імідж, бренд) складові. Таким чином, дане визначення організаційної культури найбільш повно відображає зміст цієї категорії з точки зору теорії менеджменту.

Інтерес до організаційної культури як об'єкта управління і важливого фактора забезпечення ефективності і конкурентоспроможності підприємства виник в процесі формування нової парадигми менеджменту [9, с.34].

Основними положеннями сучасної парадигми менеджменту є: 1) успіх організації залежить не тільки від ринкової позиції і наявності ресурсів, визначальною є роль людського фактору; 2) організація розглядається як відкрита динамічна система, основу якої складають спільні цінності індивідів; 3) зміщується головні акценту системи управління: з точки зору сучасного менеджменту ціль виконує вторинну роль у порівнянні із цінностями, а організація розглядається як самостійне культурне утворення; 4) необхідність постійної адаптації організації до умов турбулентного зовнішнього середовища зменшує значення постійного жорсткого контролю, вимагає змін у підходах до управління персоналом і акцентує увагу на самоменеджменті і саморозвитку індивіда, формуванні і поширенні знань, комплексному використанні нормативно-ціннісного, системного і ситуаційного підходів в управлінні; 5) посилення конкуренції вимагає від підприємств здійснювати діяльність з урахуванням довгострокової перспективи, тобто на основі принципів стратегічного управління; 6) перенасичення ринку товарами, посилення тенденції швидкого морального старіння товару вимагає широкого використання в процесі управління принципів маркетингу; 7) формування концепції соціальної відповідальності бізнесу [4, с.70-71; 10, с.31-35].

Усі складові сучасної парадигми менеджменту об'єднані спільною ідеєю: забезпечення виживання організації в довгостроковому періоду за рахунок

ефективного використання людських ресурсів, формування і вдосконалення знань, стимулювання творчості та інновацій [5, с.48], адже «в умовах сучасного ринку потрібне блискавичне реагування персоналу на зміни в навколишньому середовищі, динамічність якого зменшує можливість втрутитись в роботу кожного виконавця. Це означає, що небачено зростає роль його знань, навичок та вмінь».

Розвиток інформаційного суспільства і наближення перспективи переходу до суспільства інтелектуального, основу якого складає «економіка знань», ставить перед науковцями і практикаками з управління нові виклики і задачі.

Отже, вплив організаційної культури на економічну ефективність не є прямим, він опосередковується через персонал підприємства, що передбачає формування бажаної поведінки і компетенцій працівників, створення ефективної системи мотивації праці у відповідності до цілей та місії фірми, формування лояльності персоналу. Тільки за таких умов є можливим випуск якісної і конкурентоспроможної продукції, створення успішних брендів, забезпечення чуйного ставлення до клієнтів. Основним акцентом у формуванні організаційної культури є її стратегічне спрямування та направленість на персонал. Саме тому конкурентоспроможні компанії «характеризуються наявністю у них належної культури і способу мислення; виховують і утримують у себе співробітників, які володіють необхідними компетенціями; домагаються правильної поведінки своїх співробітників» [11, с.141].

#### *Список використаних джерел:*

1. Кириченко В. Прогнозування поведінки персоналу в період змін на підприємстві / В. Кириченко // Соціальна психологія. – 2004. – № 2 (4). – С. 122–133.
2. Лапина Т. А. Корпоративная культура : учебно-методическое пособие / Т. А. Лапина. – Омск : Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с.
3. Маркіна І.А., Острянина С.В. Инвестиционно - инновационный подход к управлению конкурентоспособностью молокоперерабатывающих предприятий Украины. – Днепропетровск-Варна, 2012. –Т. III. – С. 119-122.
4. Мартиненко М. М. Основы менеджменту : підручник / М. М. Мартиненко. – К. : Каравела, 2005. – 496 с.
5. Острянина С.В. Основные принципы кадровой политики: формирование и реализация на предприятиях Украины. /С.В. Острянина, А.В. Дмитренко // Пенза: МЦНС «Наука и просвещение». – 2016 – С. 47-51.
6. Питерс Т. В поисках эффективного управления: Опыт лучших компаний / Т. Питерс, Р. Уотермен ; [пер. с англ. под ред. Л. И. Евенко] – М. : Прогресс, 1986. – 424 с
7. Сперанский В. И. Современные технологии управления персоналом : уч.-практ. пособие / В. И. Сперанский. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 496 с.
8. Тихомирова О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка : учебник для вузов / О. Г. Тихомирова. – СанктПетербург : Изд-во ГУ ИТМО, 2008. – 160 с.
9. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: Монографія. – Житомир: Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 2011. – 289 с.
10. Хміль Ф. І. Основы менеджменту: підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2005. – 608 с
11. Хьюзлид М. Оценка персонала: как управлять человеческим капиталом, чтобы реализовать стратегию / М. Хьюзлид, Б. Беккер, Р. Битти ; [пер. с англ.]. – М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2007. – 432 с

**Нестеренко П.О.**, магістрант кафедри  
менеджменту

**Науковий керівник: Лозова О.В.**, к.е.н.,  
доцент, доцент кафедри менеджменту ВНЗ  
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і  
торгівлі», м. Полтава, Україна

## **УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОСОБИСТІСНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Всебічний розвиток персоналу є однією з найважливіших умов успішної та ефективної діяльності будь якого підприємства. Враховуючи прискорений науково-технічний прогрес, що призвів до швидких змін техніки та технологій, вимагає від сучасних працівників постійного оновлення своїх особистих та професійних знань, умінь та навиків. Так, наприклад, знання випускників ВНЗ на початку ХХ століття знецінювалось приблизно через 25-30 років, а вже в кінці століття – цей термін скоротився до 10 років, та найбільше вражає, що сучасні спеціалісти повинні перенавчатись або вдосконалювати свої вміння та навички через кожні 3-5 років.

Виходячи з вище зазначених тенденцій будь яке підприємство в ринкових умовах господарювання повинне постійно розробляти ефективні механізми розвитку свого персоналу, як особистого, так і професійного. Професійний розвиток – це набуття працівником якісно нових компетенцій, знань, вмінь та навичок, які він зможе виростати у своїй професійній діяльності. В свою чергу, особистісний розвиток – це набір особистих якостей, які допомагають працівнику розвивати свої професійні компетенції.

Про важливість професійного розвитку свідчить той факт, що більшість успішних зарубіжних підприємств виділяє для професійно-особистісного розвитку працівників приблизно 10 % фонду оплати праці.

Основними напрямками професійного розвитку персоналу вважаються:

- навчання з метою підвищення загальної кваліфікації працівника;
- первинне навчання з врахуванням загальної стратегії підприємства і специфіки роботи працівника;
- навчання з метою нівелювання розриву між вимогами посади і діловими якостями персоналу;
- навчання для роботи по нових напрямках розвитку підприємства;
- навчання з метою освоєння нових технік та технологій.

Отже, система професійної підготовки персоналу повинна враховувати інтереси як підприємства (швидке заповнення вакантних місць, економію витрат, підвищення ефективності роботи працівника і т.д.), так і працівників – протягом всього трудового стажу отримувати професійний та особистісний розвиток, аби якомога довше бути конкурентоспроможним на ринку праці.

**Нестеров О. Ю.**, к.т.н., доцент  
Азовський морський інститут Одеської  
національної морської академії,  
м. Маріуполь, Україна

## **СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ БЕЗПЕКОЮ МОРЕПЛАВАННЯ**

Безпека перевезення є основною умовою, необхідним для усіх видів транспортних процесів, у тому числі і для процесу морського перевезення.

Значні розміри морських суден, ріст швидкостей їх руху, постійне збільшення кількості і інтенсивності руху судів на морських шляхах, складні гідрометеорологічні умови плавання і інші заподій роблять проблему безпеки мореплавання найбільш пріоритетною і актуальною для сучасного морського судноплавства. У недалекому минулому світова морська наука, ґрунтуючись на аналізі статистики і катастроф, вважала, що зниження аварійності судів і його запобігання можна досягти тільки за рахунок технічних рішень вдосконалення конструкції судів, вдосконалення їх устаткування, приладової бази, розвитку методів і прийомів судноводіння і технічної експлуатації. Прогрес в цих областях очевидний. І особливих успіхів наука і техніка досягли в області морської навігації. Супутникова навігація, що забезпечує точність визначення місця судна до декількох метрів, електронна картографія, автоматичні системи менеджменту судами - усе це вселяє упевненість в сприятливому рішенні проблем безпеки мореплавання, скорочення аварійності судів і зниження числа морських катастроф. Проте, число катастроф і аварій на морі не скорочується і щорічно в морі: гине понад 70 судів, близько 30 судів сідають на мілину, понад 20 стикаються і т.п. Катастрофи і аварії на морі демонструють тенденцію росту : кількості гинучих людей, матеріального збитку і забруднення довкілля. Стало очевидним, що в теперішній час помилка однієї людини може привести до техногенної катастрофи і коштувати життів сотень, а то і тисяч людей. А збитки можуть складати мільярди доларів. Досить сказати, що, наприклад, в 1987 році в результаті зіткнення у водах Індонезії танкера «Вікторія» з т/х «Донна Бас» загинуло близько 3000 чоловік. А із-за посадки на мілину танкера «Ексон Вальдез» і розливу 37 тис. т нафти в 1989 році біля берегів Аляски збиток тільки від ліквідації наслідків склав близько 10 млрд. \$. Інший волаючий приклад. Суперсучасний пасажирський лайнер «Costa Concordia», обладнаний декількома системами GPS, у яких погрішність визначення місця судна не перевищує 10 метрів, 13 січня 2012 р. сів на мілину у острова Джильо (західне узбережжя Італії).

Дані аналізу причин морських аварій і катастроф, що мали місце за останні 30 років, спонукали міжнародне морське співтовариство до того, щоб перейти від підходу, орієнтованого, більшою мірою, тільки на технічні вимоги до конструкції і устаткування судів, до підходу, при якому признається і більш повно враховується роль «людського чинника» у безпеці на морі у рамках усієї морської галузі. Ці дані показали, чтолюдиучаствуют в усіх аспектах діяльності на морі, включаючи проектування, виробництво, управління, експлуатацію і технічне

обслуговування. Тому майже усі морські аварії і катастрофи пов'язані з «людським чинником».

Світова спільнота прийшла до розуміння того, що основною небезпекою, супутньою діяльності людини, є прояв «людського чинника». При цьому під «людським чинником» прийнято розуміти дії людей, неумисні або умисні, помилкові або неправильні при управлінні технікою, устаткуванням, виконанні операцій і робіт як в звичайних повсякденних, так і екстремальних умовах, що привели або можуть привести до завдання шкоди або збитку для життя окремих людей, людського співтовариства в цілому і / або для довкілля. Наприклад, за даними клубів Р&І в 90% випадків причиною зіткнень і посадок на міліну судів є «людський чинник». Він же привів до 75% навалювань судів, пожеж і вибухів на них. Відомо, що на морському флоті в середньому в 85% випадків причиною аварій завжди є «людський чинник». Решта 15% доводиться на інші причини, такі як поломки і відмови техніки і устаткування, техногенні катастрофи, і так далі, які, у свою чергу, прямо або побічно також пов'язані з «людським чинником».

Тому світова морська громадськість, включаючи Міжнародну морську організацію (ІМО), берегову охорону розвинених морських держав, асоціації фрахтувальників, судновласників, класифікаційних суспільств і передових судноплавних компаній направляють всезростаючі зусилля на контроль над «людським чинником» для забезпечення безпеки мореплавання на морському флоті.

Досягнення сучасної науки дозволили використати для цих цілей системний підхід.

У загальній теорії систем вказується, що будь-яка система характеризується такими елементами, як: цілі і витікаючі з них завдання, вхід, процес, вихід, зв'язок із зовнішнім середовищем, зворотний зв'язок і обмеження.

На практиці системний підхід виразився в розробці різних систем менеджменту. При цьому в системі менеджменту кожна окрема операція або процес розглядаються як окрема система менеджменту. Наприклад, планування переходу - це система менеджменту, несення ваhti на містку - теж система менеджменту і так далі, які, в даному випадку, є такими, що становлять системи менеджменту навігаційною безпекою плавання.

Нині на світовому морському флоті існують інтегровані системи менеджменту, що включають відразу декілька систем менеджменту, підсумовуючи цілі кожної з систем менеджменту по попередженню нанесення збитку або шкоди :

- ✓ життю і здоров'ю людей на судні і на березі;
- ✓ довкіллю;
- ✓ вантажу, судну, іншим судам, портовим і береговим об'єктам;
- ✓ якості процесу морського перевезення вантажу;
- ✓ майну і фінансам компанії і третіх осіб;
- ✓ репутації компанії і так далі;

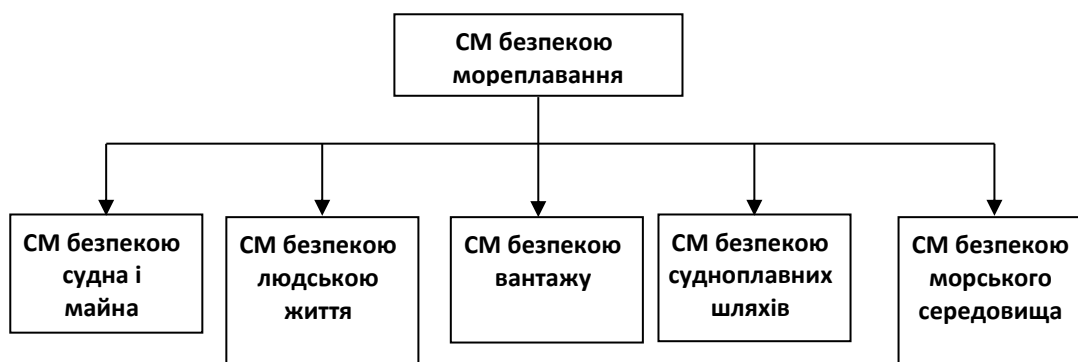
Завдання, загальне для усіх систем менеджменту на морському флоті, - забезпечити контроль над "людським чинником" в усьому різноманітті його

прояву при морському перевезенні вантажів, щоб попередити шкоду або збиток для життя окремих людей, людського співтовариства в цілому або для довкілля при виконанні суднових операцій або робіт.

Це відноситься і до управлінської діяльності берегового персоналу, і до дій суднового екіпажа.

Забезпечення безпеки мореплавання - це особливий процес загального процесу перевезення вантажів на судні морем, призначений для запобігання небезпекам, які можуть виникати при знаходженні судна в морі і які мають свої особливості для кожного учасника морського перевезення [1].

Схематично безпеку мореплавання з позицій учасників морського перевезення можна представити, як показано на мал.1.



Мал.1. Складові системи менеджменту безпеки мореплавання (СМБМ)

Визначення для складових СМБМ наступні [2,3]:

✓ безпека судів і майна - стан захищеності морських суден, процесів їх функціонування і пов'язаних з ними майнових інтересів учасників морському перевезенню від загрози втрати судами морехідного стану або нанесення збитку майновим інтересам внаслідок дії небезпечних для мореплавання чинників;

✓ безпека людського життя на морі - стан захищеності людей, що беруть участь в діяльності на морі, від загрози їх життя здоров'ю внаслідок дії небезпечних чинників, що проявляються в мореплаванні;

✓ безпека вантажів - стан захищеності вантажів на морських судах від загрози їх псування або втрати внаслідок дії небезпечних чинників, що проявляються в мореплаванні;

✓ безпека судноплавних шляхів - стан захищеності судноплавних шляхів, їх устаткування і інших штучних споруд на морі, використання, що забезпечує їх, для мореплавання, від загрози їх нормальному функціонуванню з боку чинників природного і техногенного середовища, а також несприятливих проявів самого мореплавання;

У свою чергу, кожен із складових системи менеджменту безпекою мореплавання можна розділити по видах діяльності (процесам) -навігаційний, експлуатаційний, технічний та ін., що є самостійними системами менеджменту.

**Список використаних джерел:**

1. Міжнародна конвенція про підготовку та дипломування моряків та несення вахти (ПДНВ) 78/95.

2. Алексишин Б.Г. Международные и национальные стандарты безопасности мореплавания / Б.Г. Алексишин.– Одесса: Латстар, 2002. – 256 с.

3. Топалов В. П. Маркетинг и менеджмент в судоходстве (Основные понятия, элементы и принципы) : учеб. пособие / В. П. Топалов, В. Г. Торский. - Одесса : Астропринт, 2008. - 84 с.

**Оболонський О.В., студент**  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,**  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

## **УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ТА СТИМУЛЮВАННЯМ ПРАЦІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У нинішніх умовах інтенсивного розвитку ринкових відносин, економіки та менеджменту, одним з найбільш важливих факторів успішного розвитку діяльності підприємства є система управління персоналом.

Для досягнення поставлених завдань, керівництву організацій необхідно використовувати інструменти впливу на своїх підлеглих, так як найбільшу частину роботи в компанії виконують саме вони.

Важливим інструментом такого впливу є мотивування і стимулювання.

Мотивація - набір стимулів, за допомогою яких можна направити роботу персоналу в більш ефективне русло при цьому з найменшими витратами для роботодавця.

Стимули - це зовнішні мотиватори, які змушують людей йти до бажаного результату.

Ретельно продумана та організована система мотивації є досить ефективним інструментом роботи з персоналом, починаючи з залучення кандидатів та закінчуючи утриманням вже працюючих співробітників.

Щоб забезпечити оптимальну систему мотивації необхідно враховувати [1]:

- 1) індивідуальний аспект, тобто інтерес, який проявляє робітник до поставленого перед ним завдання;
- 2) суб'єктивний аспект - контроль за рівнем дисципліни на робочому місці;
- 3) особистий аспект - спрямованість особистості (творча, новаторська тощо).

Перераховані вище аспекти розкриваються у формах мотивації.

Матеріальна мотивація - форма мотивації, що включає в себе фінансову складову, яка реалізується шляхом виплати заробітної плати, премій та інших додаткових доплат, а також системи штрафів.

Нематеріальна мотивація - це все те, від чого не залежить фінансова сторона, але служить стимулом для якісної та продуктивної роботи за допомогою надання навчання, підвищення кваліфікації, кар'єрного зростання тощо.

Позитивна мотивація полягає в винагороді працівника за умови досягнення поставленого перед ним завдання, іншими словами, правильно виконаної роботи.

Негативна мотивація, в свою чергу, полягає у покаранні за невиконання обов'язків.

Зовнішнє стимулювання обумовлено якими-небудь зовнішніми обставинами, тим що мотивує людину ззовні (статус, престиж тощо).

Внутрішня мотивація вважається найбільш дієвою. Однак, вона не є очевидною для людей зі сторони (керівників). Внутрішня мотивація виробляється самою особистістю і, як правило, спрямована на збереження здоров'я близьких, спілкування, самореалізацію, досягнення мрії тощо.

Самотивація обумовлена самотійним пошуком найбільш важливих для людини мотивів та стимулів.

Корпоративна, групова, індивідуальна мотивація полягає в локальному або індивідуальному стимулюванні в залежності від групи співробітників [1].

Варто зазначити, що застосування сучасних методів і засобів стимулювання безпосередньо впливають, як на мотивацію персоналу, так і на його працездатність.

На даний час багато розвинених організації активно використовують нестандартні та нові методи мотивації. Завдяки таким методам компанії можуть використовувати потенціал своїх співробітників по максимуму. Українські підприємства, які досі працюють без значних обсягів капіталу, у першу чергу, без іноземного капіталу та відповідних технологій, через нестачу засобів для стимулювання мотивації не можуть в повній мірі реалізувати себе.

Крім того, що підприємствам необхідно своєчасно виготовляти якісну конкурентоспроможну продукцію, їм ще доводиться враховувати інтереси працівників для повноцінного функціонування організації в середовищі, яке пред'являє високі вимоги. Саме від успішної реалізації мотиваційного механізму збільшення трудової діяльності залежить конкурентоспроможність організацій, провідних бізнесів з надання послуг або випуску товарів [2, 3].

Неефективна система мотивації викликає у працівників незадоволеність та тягне за собою високу плинність кадрів, що негативно позначається на рівні продуктивності праці будь-якої компанії [2].

В управлінському сенсі мотивація є процесом формування у працівника спонукань до спрямованих дій щодо досягнення організаційних цілей компанії.

Головною метою мотиваційного процесу є отримання максимальної віддачі за рахунок використання трудових ресурсів, що, в свою чергу, призведе до результативності діяльності компанії [1, 2].

Можна сказати, що мотивація містить важливі резерви зростання для трудової активності працівників, задіяних в будь-якому виробничому процесі. Правильне розуміння сутності мотивації допоможе використовувати відносини між керівником та підлеглим як механізм управління спільним виробництвом [2].

Мотивація є процесом по досягненню поставленого перед працівником завдання, стимулу, завдяки яким працівник отримує при цьому задоволення безпосередньо від самої участі у процесі виробництва. Підхід такого типу змушує менеджерів робити акцент на мотивації людських ресурсів.



Власне, вивчення мотивації і означає вивчення того, чому людина діє у той чи інший спосіб, чому навіть відчуваючи труднощі та проблеми працівник продовжує наполягати на своїх діях [1]. Тому, внутрішньо мотивовані працівники беруть участь в проектах навіть без видимого стимулу та отримують при цьому задоволення безпосередньо від самої участі [1, 2].

У свою чергу, зовнішня мотивація приходить ззовні. Вона включає в себе такі стимули, як: заохочення або санкції, зменшення або підвищення заробітної плати, визнання роботи і ін. Працівники беруть участі в проектах під дією зовнішньої мотивації роблять це, як правило, через нагороди, ніж через зміст самої роботи. Такий тип мотивації має сильний ефект на короткий термін [2].

Таким чином, щоб сформувати правильну систему мотивації необхідно дотримуватися певних правил: по-перше, чітко визначати мету, для якої потрібен конкретний працівник; по-друге, орієнтуватися на внутрішні та зовнішні чинники при формуванні планів, як короткострокових, так і довгострокових; по-третє, керівник повинен уникати управлінських помилок, пов'язаних з управлінням персоналу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Theories of Motivation [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://saylordotorg.github.io/text\\_organizational-behavior-v1.1/s09-theories-of-motivation.html](https://saylordotorg.github.io/text_organizational-behavior-v1.1/s09-theories-of-motivation.html)

2. Бохняк Я. С., Колесник Е. С. Форми і методи сучасної мотивації персоналу // Підприємства, галузі та регіони: генезис, формування, розвиток і прогнозування: Зб. науков. пр. / Під ред. Н. А. Краснової; Луцьк: Вид-во ІІІ Краснова Н. А., 2017. - С. 528 - 534.

3. Нуретдінова Ю. В., Степанова В. А., Бояркіна А. А. Якість продукції як основа конкурентоспроможності підприємства // Актуальні проблеми економіки. - 2018. - № 5-2. С. 174 - 180.

**Олійник О.О.**, доцент  
**Корецька Л.В.**, студентка  
Національний університет водного  
господарства та природокористування,  
м. Рівне, Україна

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СФЕРІ ПРАЦІ**

Високий рівень тіньової зайнятості, значні обсяги трудової міграції, поширеність ризику виробничого травматизму та зайнятості в шкідливих умовах праці, низький рівень оплати праці в Україні сприяють трансформації трудових відносин та вимагають пошуку інноваційних інструментів управління персоналом. За таких умов усе більшої популярності набуває концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), найпоширенішими практиками її впровадження у вітчизняних компаніях є саме трудові відносини: підвищення зарплати, виплата «білої» зарплати та премій. Майже половина компаній надають працівникам можливість працювати за гнучким графіком та реалізують програми з підвищення професійного зростання. Більшість опитаних роботодавців (75%) розуміє соціальну відповідальність як політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу. Майже для кожної четвертої компанії розуміння того, що КСВ сприяє

поліпшенню репутації та допомагає підвищити лояльність персоналу, є головним стимулом її впровадження [1].

Реалізація соціальної відповідальності у сфері праці тісно пов'язана з вигодами, які компанії очікують отримати внаслідок соціально відповідальної діяльності (рис. 1).

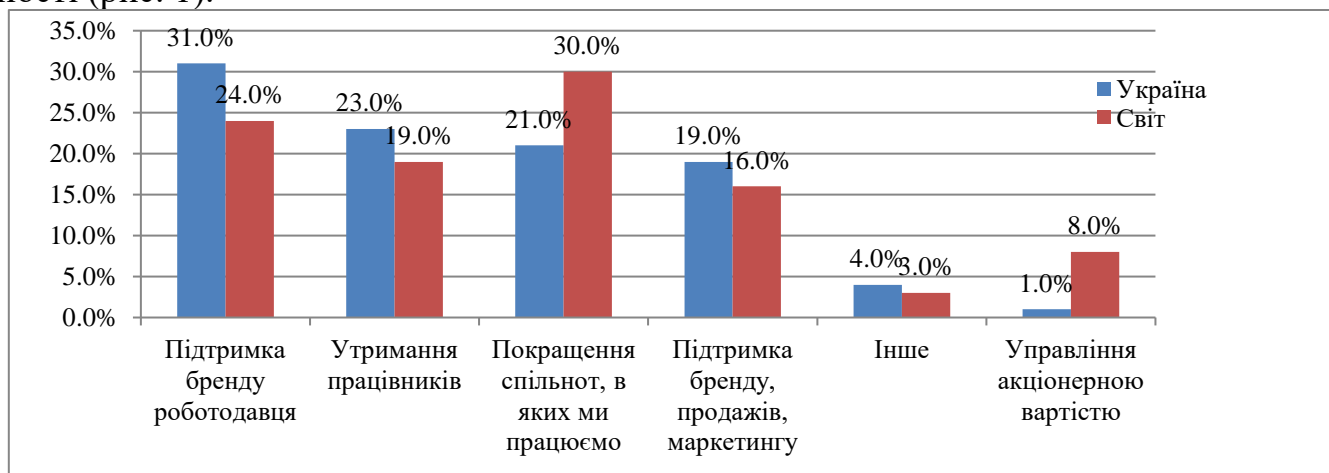


Рис. 1. Основна мета програм корпоративної соціальної відповідальності.

Джерело: складено за даними [2].

На першому місці в такому рейтингу знаходиться підтримка позитивного бренду роботодавця: 31% компаній в Україні та 24% компаній у світі вважають цю мету основною при здійсненні соціально відповідальних заходів. Другу позицію посідає утримання працівників: кожен четвертий роботодавець в Україні реалізує свою КСВ для збереження та розвитку трудового потенціалу компанії. Третю сходинку займає покращення життєдіяльності спільнот, на територіях яких працює компанія.

Однак не всі компанії в Україні можна класифікувати як соціально відповідальні, оскільки наявні порушення з боку роботодавців, такі як примус до звільнення за власним бажанням, одностороння зміна умов трудового договору, несвоєчасна виплата заробітної плати тощо.

#### Список використаних джерел:

1. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. Укладачі: Зінченко А., Саприкіна М. – К.: Видавництво «Юстон», 2017. – 52 с.
2. Тенденції у сфері управління персоналом — 2018 [Електронний ресурс] / Міжнародне дослідження Deloitte. — Режим доступу : <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/human-capital-trends-2018.html>

**Опанасюк Ю.А.**, к.е.н., старший викладач  
**Фадєєв О.С.**, магістрант  
 Сумський державний університет,  
 м. Суми, Україна

## УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Одне з основних завдань кожного функціонуючого підприємства ефективно й оптимально використовувати свій економічний потенціал. На сучасному етапі

відсутнє загально визнане поняття «економічний потенціал», тому різні науковці трактують його по-різному. На нашу думку, економічний потенціал – це наявність економічних ресурсів, які забезпечують виробництво максимальної кількості матеріальних благ, які задовольнятимуть потреби суспільства на даний період його розвитку.

Порівняльний аналіз думок більшості авторів про структуру економічного потенціалу дозволяє зробити висновок, що переважна більшість учених виділяє такі складові елементи економічного потенціалу:

- трудовий (73% від загальної дослідженої кількості думок);
- фінансовий (73%);
- виробничий (93%);
- інноваційний (60%).

На підставі аналізу економічного потенціалу як системи в якості його складових елементів доцільно виділити потенціали більш низького рівня: трудовий, інвестиційний, природно – ресурсний, інноваційний. Кожний з цих локальних потенціалів характеризується певною величиною і якісним станом відповідних економічних ресурсів, тому і стратегії управління економічним потенціалом цих чотирьох підсистем будуть різнитися між собою.

До функцій управління трудовим потенціалом підприємства можна віднести: забезпечення розвитку трудового потенціалу; відтворення і розвиток типів організаційної поведінки; інтеграція працівника в організаційне середовище, координація дій суб'єктів праці; оптимізація взаємодії працівника і організаційного середовища; набуття соціальної позиції і реалізація потреб працівника в результаті трудової взаємодії [1].

Управління трудовим потенціалом передбачає низку методів, які необхідно розглянути та виявити їх особливості. Традиційні методи управління трудовим потенціалом включають в себе: адміністративні (розробка посадових обов'язків та положень); соціально – психологічні (участь персоналу в творчих питаннях, організація духовної атмосфери, створення дружньої команди); економічні (оплата трудової праці, премії, планування економічного аналізу, інвестиції).

Для ефективного управління виробничим потенціалом на підприємстві, перш за все, слід сформулювати модель його розвитку. Модель економічного виробничого потенціалу підприємства може визначатися наступними основними факторами:

- обсягом і якістю наявних у підприємства ресурсів;
- здібностями співробітників вирішувати різні виробничі завдання, тобто їх кваліфікаційними, психофізіологічними і мотиваційними можливостями;
- здібностями менеджменту оптимально використовувати наявні у підприємства ресурси;
- інноваційними здібностями, тобто здатністю підприємства до оновлення виробництва, спираючись на останні досягнення НТП;
- інформаційними можливостями, тобто здатністю відбирати тільки корисну, з точки зору досягнення мети, інформацію і використовувати її для прийняття ефективних рішень;

- наявність висококваліфікованих виробничих та інженерно-технічних працівників;

- фінансовими можливостями, тобто кредитоспроможністю, внутрішньою і зовнішньою заборгованістю, привабливістю для інвесторів.

Під фінансовим потенціалом варто розуміти сукупність можливостей підприємства, які визначаються наявністю та використанням фінансових ресурсів, здатних приносити дохід у певний період [2].

До стратегічних цілей управління фінансовим потенціалом підприємства слід віднести: оптимізацію прийняття рішень в області фінансування та інвестування підприємства; лідерство в боротьбі з конкурентами; виживання підприємства в умовах конкурентної боротьби; уникнути банкрутства і великих фінансових невдач; забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку.

Для вибору стратегії управління економічним потенціалом підприємства автором запропонована удосконалена методика оцінювання потенціалу на основі визначення інтегральних показників чотирьох підсистем потенціалу: кадри, виробничі ресурси, фінансові ресурси та інноваційний потенціал. Нами запропоновано проводити оцінку за показниками, представленими на рис. 1. Всі ці показники загально відомі, мають алгоритми розрахунку та нормативи виконання.

При оцінювання економічного потенціалу підприємства спочатку проводиться аналіз запропонованих показників, потім вони порівнюються з нормативними даними. Якщо, коефіцієнт менший за норму, всьому показнику присвоюється оцінка 0. Якщо більший – 1. Так будується система оцінювання економічного потенціалу за чотирма підсистемами. Алгоритм оцінювання наведені на рис.1.

Отже, економічний потенціал можна розглядати як функцію чотирьох складових:

$$S=f(S_1, S_2, S_3, S_4)$$

Вибір стратегії залежить від значення функції  $S$ . Якщо  $S=f(0, 0, 0, 0)$ , то потрібно обрати стратегію виживання, яка характеризується процедурами банкрутства або санації. Якщо хоча б одна підсистема дорівнює 1, тобто  $S=f(1, 0, 0, 0)$  або  $S=f(0, 0, 1, 0)$ , то потрібно обрати стратегію стабілізації. Вона передбачає вирівнювання показників з їхнім наступним підвищенням і переходом до стратегії росту. Якщо  $S=f(1, 0, 1, 0)$ , то потрібно обрати стратегію інтенсивного росту. Якщо три показники дорівнюють 1, то стратегію диверсифікації. Якщо всі показники дорівнюють 1, підприємство знаходиться у стані рівноваги, нічого змінювати не треба.

Таким чином, нами була розроблена методика вибору стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства на основі оцінювання інтегрального показника, який в свою чергу, є суммою таких підсистем: виробничий, трудовий, фінансовий та інноваційний потенціал. Така оцінка дозволить швидко, без великих затрат приймати ефективні управлінські рішення щодо розвитку підприємства в цілому.

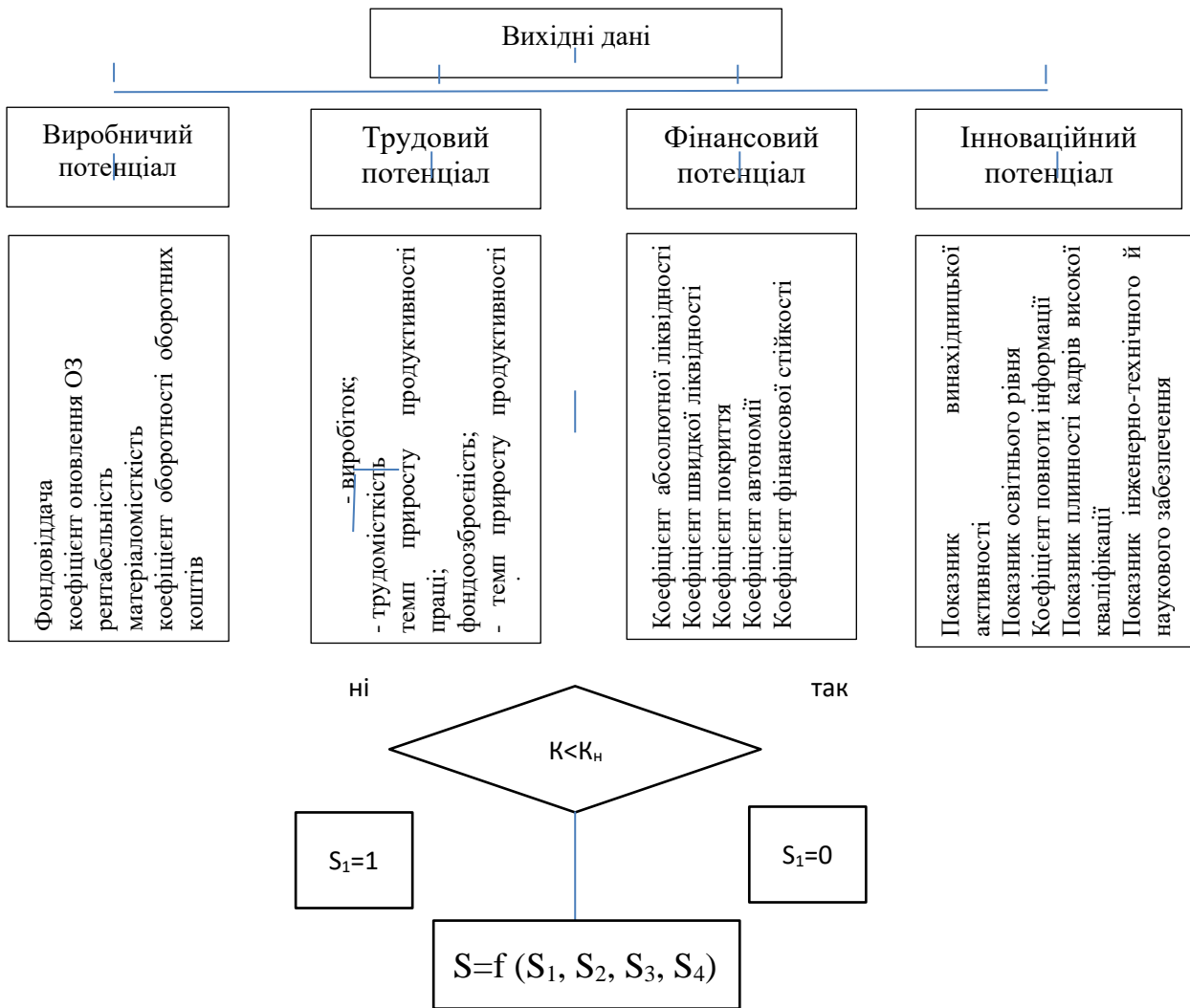


Рис.1. Алгоритм оцінювання економічного потенціалу та вибору стратегії розвитку підприємства

**Список використаних джерел:**

1. Харун О. А. Функції управління трудовим потенціалом промислового підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2016. Вип. 19(2). - С. 102-105. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2016\\_19%282%29\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_19%282%29_26)
2. Костевич О. Д. Фінансовий потенціал підприємств легкої промисловості в Україні. *Легка промисловість*. 2010. № 3.
3. Мельник, Ю. М. Організаційно-економічні основи формування стратегій забезпечення екологічно сталого розвитку [Текст] : автореферат... канд. економ. наук, спец.: 08.00.06 - економіка природокористування та охорони навколишнього середовища / Мельник Ю. М. – Суми : СумДУ, 2009. – 20 с.

**Pavlichina N.M.** Kandidat der Wissenschaften  
(Wirtschaft), Außerordentlicher Professor für  
Marketing und Logistik  
Nationale Universität «Zaporizka politechnika»,  
Saporischschja, Ukraine

## INDIVIDUALISIERUNG DER WERBUNG DURCH TARGETING

Die moderne Wirtschaft ist eine Marktwirtschaft. Der Staat hat wenig Einfluss auf den Markt und die Marktprozesse. Unternehmer entscheiden unabhängig, wie sie auf dem Markt arbeiten möchten. Um erfolgreich zu sein, müssen sie den Verbraucher kennen, vernünftig mit Geld umgehen und erfolgreich im Wettbewerb bestehen. Der Markt ist der Regulator für den Erfolg von Unternehmen.

Man sagt, dass Heutes Marketing – das Neu in der Werbung, in den E-Commerce, digitales Kundenmanagement (CRM), Websites und Softwareentwicklung ist. Es wird Zeit für neue Spielregeln im Marketing. Ein knapper Marketingbudget erfordert ein gutes Geldmanagement. Wenn die Informationen das Zielsegment nicht erreichen, werden monetäre Verluste gesprochen. Eine genaue Ansprache der richtigen Zielgruppe ist für SEOs von großer Wichtigkeit. Das bedeutet, dass relevante Werbung grundsätzlich besser funktioniert als wahllos gestreute Beiträge.

Targeting ist ein Teilbereich des Online Marketings. Mit Hilfe des Targetings wird versucht, Werbung so exakt wie möglich auf die Zielgruppe auszurichten. Im Bereich des SEA ebenso wie bei der Display-Werbung spielt Targeting eine große Rolle, um Werbeeinblendungen ohne große Streuverluste auszusteuern [6].

Jedes Targeting setzt demnach eine genaue Zielgruppendefinition voraus. Denn wenn die Empfänger von Werbebotschaften nicht klar definiert werden können, kann das Targeting seine eigentliche Wirkung nicht entfalten. Grundsätzlich gilt: je genauer die Zielgruppe gefasst werden kann, desto feiner kann das Targeting erfolgen.

Targeting profitieren sowohl die Nutzer als auch die Reichweite der Werbekampagne. Durch die richtige Ansprache wird dem User nur für ihn relevante Werbung angezeigt. Wichtigsten Targeting-Techniken ist in der Tabelle 1 angegeben.

Tabelle 1

Targeting-Arten [2-5]

Soziodemografisches Targeting	Das ist die Auslieferung von digitaler Werbung an Nutzer mit bestimmten soziodemografischen Merkmalen oder Interessen. Daten werden vom Nutzer bereitgestellt, beispielsweise beim Einrichten eines Nutzeraccounts auf einer Webseite.
Regionales Targeting (Geotargeting)	Basierend auf dem geografischen Ursprung der Nutzer. Daten stammen aus dem Browser
Zeitliches Targeting (Time Targeting)	Werbung für die Zielgruppe zu unterschiedlichen Zeiten
Behavioral Targeting	Statistiken lässt sich sogar zukünftiges Verhalten des Nutzers abschätzen. Das Behavioural Targeting wird auch in Zukunft einen nicht unerheblichen Anteil in Online-Werbung
Keyword-Targeting	Orientiert von Anfragen aus Suchmaschinen. Keywords orientieren sich an passenden Seiteninhalten
Kontext-Targeting	Zeigt Werbung auf Basis von initiierten Klicks innerhalb redaktioneller

	Umfelde
Semantisches Targeting	Analysiert den gesamten sichtbaren Text einer einzelnen Seite, bestimmt die enthaltenen Schwerpunktthemen. Aber genaues Targeting ist hier jedoch nicht möglich.
Technisches Targeting	Bezieht sich auf technische Informationen (Z.B.: Bildschirm von PC und Smartphone)
Re-Targeting	Basierend auf Klicks des Nutzers auf anderen Internetseiten

Die präzise Analyse und Definition der Zielgruppe ist grundlegend für jede Form des Targetings. Üblicherweise basiert das Online-Targeting häufig auf der Verwendung von Cookies. Cookies helfen beim Sammeln von Verbraucherinformationen. Die Werbetreibenden sammeln bei jedem Seitenaufruf mit Hilfe von Cookies kostenlos und unbemerkt äußerst wertvolle Daten ein. Cookies sind Daten, die von einer Website, die Sie besuchen, auf Ihrem Rechner gespeichert werden. Cookies können eine Vielzahl von Informationen beinhalten, die den Besucher persönlich identifizierbar machen (wie Ihren Namen, Ihre Adresse, Ihre E-Mail-Adresse oder Telefonnummer). Eine Website hat jedoch nur Zugang zu persönlichen Daten, die Sie selbst bereitstellen. So kann eine Seite beispielsweise nicht ohne Ihr Zutun Ihre E-Mail-Adresse ermitteln. Eine Website kann auch nicht auf andere Dateien auf Ihrem Computer zugreifen [1].

Der Einsatz ist von Cookies und Web Beacons zum Nachverfolgen von Nutzeraktivitäten grundsätzlich gestattet, solange bestimmte Bedingungen erfüllt sind.

Dazu gehört unter anderem, dass die Nutzer über die Verwendung solcher Technologien informiert werden müssen. Zudem muss ihnen die Möglichkeit gewährt werden, den Einsatz der Technologien abzulehnen. In der deutschen Gesetzgebung finden sich für den Einsatz von Cookies und Web Beacons relevante Vorschriften im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und im Telemediengesetz (TMG) [ 5]. Aufgrund der immer stärker werdenden Diskussion um den Datenschutz und die restriktiveren Regelungen gehen viele Anbieter jedoch zu anderen Methoden der User-Markierung über.

Der Umgang mit personenbezogenen Daten wird immer stärker reglementiert. Schon heute ist ein Data Driven Advertising möglich, das komplett ohne die klassischen Nutzerdaten auskommt. Dazu müssen andere Wege gefunden werden, um die Wirksamkeit von Marketingaktivitäten in bestimmten Werbebereichen zu steigern

#### ***Literatur:***

1. Cookies // Mozilla support. URL: <https://support.mozilla.org/de/kb/cookies-informationen-websites-auf-ihrem-computer>
2. Die wichtigsten Targeting-Techniken im Überblick // Unternehmer.de. News. Expertenwissen. Praxistipps. URL: <https://unternehmer.de/lexikon/online-marketing-lexikon/targeting>
3. Engelken T. Targeting: Methoden und Lösungsansätze (2018) URL: <https://www.onlinemarketing-praxis.de/targeting/targeting-methoden-und-loesungsansaeetze>
4. Erfolgreiches Targeting // Mumme & Partner. URL: <https://www.omkt.de/targeting/>
5. Hass, B. H. & Willbrandt, K. W. (2011). Targeting von Onlinewerbung: Grundlagen, Formen und Herausforderungen. MedienWirtschaft: Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie, 08, 12-21. URL: [http://iim.uni-flensburg.de/fileadmin/ms3/inst/iim/Upload/5\\_Lehrstuehle/Medienmanagement/targeting.pdf](http://iim.uni-flensburg.de/fileadmin/ms3/inst/iim/Upload/5_Lehrstuehle/Medienmanagement/targeting.pdf)
6. Targeting. Kategorie: Online Marketing // Digitales Marketing Lexikon. URL: <https://de.ryte.com/wiki/Targeting>

**Пашенко О.П.**, студентка  
**Науковий керівник: Гейдор А. П.**, доц.  
Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ, Україна

## **ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Важливими ознаками сучасного господарського середовища є загострення конкуренції між національними та іноземними виробниками; поява нових видів ризиків у підприємницькій діяльності, які мають не лише економічну, а й соціальну та політичну природу; періодичні коливання фінансових ринків, що змінюють швидкість і напрями руху капіталу. В таких мінливих умовах особливо актуальним є забезпечення ефективного функціонування господарюючих суб'єктів, підтвердженням якого є збільшення ринкової вартості підприємства, що стає можливим завдяки формуванню його конкурентоспроможної бізнес-моделі.

Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідна достовірна інформація про механізм формування і реалізації бізнес-процесів на підприємстві з врахуванням динамічного розвитку. Ця інформація відображається в бізнес-моделях, в рамках яких діє підприємство, оскільки вони розглядаються як план-орієнтир розвитку підприємства.

З метою побудови ефективної виробничої, організаційної, управлінської та фінансової структури підприємства в усіх їх взаємозв'язках важливим етапом є створення бізнес-моделі розвитку підприємства. Розробка бізнес-моделей включає в себе економічний аналіз підприємства та аналіз зовнішніх факторів впливу, що виступає підґрунтям для розробки відповідної архітектури та макету здійснюваних бізнес-процесів. Бізнес-модель діяльності підприємства дає змогу вивчити тенденції його розвитку, обґрунтувати плани та управлінські рішення, здійснювати контроль за їх виконанням, виявляти резерви підвищення ефективності бізнесу, що в загальному сприяє стратегічній спрямованості господарського суб'єкта.

Бізнес-моделювання як складова процесу розвитку підприємства актуальне для всіх підприємств незалежно від напрямів, масштабів діяльності й національної приналежності. Бізнес-модель дає уявлення про логіку бізнесу, розкриває ланцюг причинно-наслідкових зв'язків, уможливорює переосмислення методів та механізмів організації бізнесу [1].

Ринкова економіка вимагає від підприємств оптимізації балансу між потребами споживачів і виробництвом продукції, що потребує обґрунтування орієнтирів подальшого розвитку підприємства. Визначення умов та формування методів ведення бізнесу є важливою складовою сучасної конкурентної економіки. Лідером на ринку тут стає той, хто ефективно використовує ресурси, створює інновації, проводить планування і прогнозування діяльності та дотримується власної чіткої бізнес-позиції. Формування останньої відображає здатність підприємства задовольняти смаки клієнтів та здобувати їхню довгострокову прихильність. Саме бізнес-модель підприємства може створити умови для



контакту виробника і споживача, продавця і покупця. Бізнес-модель виокремлюється в рамках стратегії розвитку підприємства і певним чином співставляється з нею.

Потрібно відмітити, що кожне підприємство, залежно від виду діяльності, поставлених мети, цілей та завдань обирає свою методику створення бізнес-моделі. Аналізуючи науково-практичні джерела, нами виявлено, що наразі відсутня єдина думка щодо визначення сутності поняття «бізнес-модель». Проте, підтримуємо позицію Сооляте А. Ю. , який визначає його як «загальну картину того, як інноваційна концепція буде створювати економічну цінність для покупця, для фірми, для акціонерів і партнерів» [1]. Цінністю для споживачів можуть бути різні продукти чи послуги. У бізнес-моделі описується спосіб, яким підприємство диференціює себе від своїх конкурентів, і причини, з яких споживачі надають перевагу саме цьому підприємстві, а не будь-якому іншому.

У загальному, бізнес-модель передбачає проектування інфраструктури, необхідної для просування продукту або послуги на ринок так, щоб це було просто і зручно для покупця, і водночас забезпечувало прибуток для фірми. Важливо правильно побудувати цю інфраструктуру, яка може бути не лише в межах даного підприємства, а й включати співробітництво з іншими фірмами, які тим чи іншим способом доповнюють ланцюжок створення цінності [2].

Для успіху бізнес-моделі важливо чітко виділити цільових споживачів, для яких важлива саме така цінність товару, яку пропонує підприємство, і технологію роботи з ними, яка охоплює канали постачання товару і управління відносинами із покупцями. Від того, наскільки правильно буде побудовано технологію роботи із споживачами, залежатиме їх лояльність до підприємства та розширення їх кола.

Принципи, покладені в основу побудови бізнес-моделі, мають забезпечувати отримання надприбутку на цільових ринках. Лише тоді можна вважати бізнес-модель успішною. Тому важливо сформулювати ефективну технологію управління фінансами – починаючи від обґрунтування структури витрат, які буде нести фірма, працюючи за обраною бізнес-моделлю, і до виявлення усіх джерел доходів (у вигляді грошових потоків), які будуть формувати загальні доходи.

Бізнес-модель доволі часто ототожнюють із стратегією, помилково підміняючи одне поняття іншим, або включаючи стратегію як один з компонентів до складу бізнес-моделі. Це викликано тим, що бізнес-модель тісно пов'язана зі стратегією. Такий взаємозв'язок між бізнес-моделлю і стратегією можна проілюструвати за допомогою "рівняння цінності", запропонованого М. Levy [3]:

$$V = M \times S,$$

де  $V = \text{value}$  (цінність);  $M = \text{model}$  (бізнес-модель);  $S = \text{strategy}$  (стратегія).

Із цього рівняння випливає, що підприємство повинно визначити кращі бізнес-моделі для реалізації стратегії та на їх основі розгорнути і реалізувати свою стратегію, спрямовану на створення цінності для споживачів та інших зацікавлених осіб. Тобто, процес розробки бізнес-моделі є частиною формування

стратегії бізнесу, при чому стратегія фокусується на створенні стійкої конкурентної переваги, а бізнес-модель описує, як фірма перетворює створену цінність у прибуток. До того ж, проектування бізнес-моделі не вимагає глибоких знань про бізнес-середовище, в той час як розробка стратегії вимагає всебічного його аналізу для того, щоб зрозуміти, які конкурентні стратегії можуть забезпечити успіх бізнес-моделі [1].

Практика показує, що успішні бізнес-моделі базуються на інноваціях – починаючи від ідеї нової споживчої цінності (товару, послуги), способу її створення і завершуючи новими підходами до роботи зі споживачами та партнерами для того, щоб генерування доходів від продажу споживчої цінності відбувалося протягом тривалого часу і забезпечило підприємству швидке зростання. Залежно від того, наскільки довго інновації (продуктові чи процесні) можуть забезпечувати більшу споживчу цінність товару чи послуги фірми порівняно з конкурентами, залежать стійкість бізнес-моделі і темпи зростання підприємства.

Переосмислення керівництвом, власниками та співробітниками логіки ведення бізнесу створює потенціал розвитку, відкриває нові можливості для якісних перетворень в компанії, стає могутнім поштовхом для інноваційної діяльності у всіх сферах діяльності. Досвід успішних компаній свідчить, що на етапі проектування бізнес-моделі виникають передумови посилення ключової компетенції, яка внаслідок унікального сполучення бізнес-процесів створює невідтворні конкурентні переваги.

Таким чином, бізнес-модель розкриває всю багатогранність функціонування компанії, через прості зрозумілі речі та дає всім стейкхолдерам інформацію щодо принципів, механізмів функціонування та пріоритетів розвитку компанії. Тому бізнес-модель підприємства можна вважати не тільки стратегічним активом компанії, але й надзвичайно ефективним засобом комунікації та розглядати її як компоновану систему, що відображає безперервний потік інформаційних та матеріальних ресурсів в процесі стратегічної діяльності будь-якого напряму господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Соолятэ А. Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация. - Режим доступа: <http://www.klubok.net/article2302>
2. Особливості формування бізнес-моделі підприємства/ Сачинська Л.В./ «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – Випуск 12 (45). Ч. 2. – 2015
3. О показателях устойчивости бизнес-модели / Мельникова Е.В., Ханагян Л.М. // Економічні науки. Серія "Облік і фінанси". Збірник науко% вих праць. Луцький національний технічний університет. Випуск 9 (33). — Ч. 2. — Редкол.: відп.ред. д.е.н., професор Герасимчук З.В. — Луцьк, 2012. — С. 385— 394.
4. Бізнес-моделювання як основа функціонування та майбутнього розвитку підприємства/ І. В. Кривов'язюк, В. Ф. Рошкевич/ Економічна наука, 2013.- Режим доступу : [http://www.economy.in.ua/pdf/11\\_2013/7.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/11_2013/7.pdf)

**Полінкевич О.М.**, д.е.н., проф.  
**Даркевич А.І.**, студентка 6 курсу спец. 076  
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВІ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

В умовах постійного зростання вартості матеріальних ресурсів головним напрямом підвищення конкурентоспроможності продукції є зниження її матеріаломісткості. Тому доцільним, з нашої точки зору, є розгляд процесу управління матеріаломісткістю продукції на основі маркетингу як одного зі складових процесу управління конкурентоспроможністю продукції, яка випускається [1].

Основними принципами маркетингової діяльності на лісогосподарських підприємствах є:

1. Найбільш повне вивчення задоволення потреб споживача промислової продукції, забезпечення його засобами або комплексом засобів для вирішення його проблем.

2. Націленість на досягнення яскраво вираженого комерційного результату відповідно цілям організації, що застосовує маркетинг, за рахунок ефективного використання ресурсів при виробництві, обігу та експлуатації промислової продукції.

3. Спрямованість на довгостроковий результат маркетингової роботи шляхом здійснення прогностичних досліджень і розробки на їх основі нових промислових товарів і послуг.

4. Комплексний підхід до досягнення висунутих промисловим підприємством цілей за рахунок поєднання зусиль всіх його підрозділів.

5. Застосування в єдності і взаємозв'язку тактики і стратегії активного пристосування до вимог потенційних покупців промислової продукції в поєднанні з цілеспрямованим впливом на формування і стимулювання попиту.

6. Спрямованість процесу ефективного надання послуг із лісозаготівлі та переробки згідно з попитом та політикою ресурсозбереження та відновлення.

7. Прийняття управлінських рішень з урахуванням прогностичних ситуаційних досліджень динаміки лісогосподарського ринку.

8. Оптимальна організація логістичних процесів лісогосподарських підприємств, що забезпечує надання якісних послуг споживачу з мінімальними витратами.

Реалізація запропонованих принципів сприятиме формуванню ефективної конкурентоспроможної продукції на вітчизняному та світовому ринках.

### *Список використаних джерел:*

1. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 416 с.

**Пугач В.О.**, студент  
**Науковий керівник: Македон Г.М.**, к.е.н.  
ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ПРИЧИНИ ЗАГОСТРЕННЯ ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ**

Безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини відносять до основних факторів, що визначають здоров'я населення України і збереження його генофонду. Понад 70% усіх забруднювачів надходять в організм людини з продуктами харчування. Показники безпеки продовольства. Стан справ з безпекою продовольства в Україні, особливо в останні роки, погіршився в зв'язку з демонополізацією харчової промисловості, збільшенням обсягів поставок з-за кордону, ослабленням контролю за виробництвом і реалізацією продуктів харчування. Це викликає серйозну тривогу. Результати контролю якості продуктів харчування свідчать про високі рівні забруднення продуктів токсичними хімічними сполуками, біологічними агентами і мікроорганізмами. У цілому по Україні від 12 до 15% консервованої продукції, риби і рибної продукції, від 7 до 12% м'ясопродуктів не відповідають вимогам стандартів за бактеріологічними показниками. Від 1,5 до 10% проб харчових продуктів містять важкі метали, у тому числі ртуть, свинець, кадмій, мідь, цинк, з них від 2,5 до 5% у концентраціях, що перевищують гранично допустимі. Прогнозування якості сільськогосподарської продукції ґрунтується на виборі сортів насінневого матеріалу і місцевості посіву, селекції, сівозмінах, підживленні рослин та їх захисту, а також збирання врожаю.

Останніми роками попит споживачів на безпечні та високоякісні харчові продукти з тривалим періодом зберігання зростає. Особлива увага приділяється безпечності продукту. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, кількість збудників, що спричиняють захворювання харчового походження, зростає. Щорічно близько 1,5 млрд людей страждають від харчових токсикоінфекцій, 2,2 млн помирає, включаючи 1,8 млн дітей [2]. У розвинутих країнах до 30 % населення щорічно мають ті чи інші форми токсикоінфекцій.

В даний час загострилася проблема забруднення продовольства токсинами, що володіють імунодепресивною дією і здатністю викликати злоякісні утворення. Зросло забруднення плодоовочевої продукції переробних підприємств у результаті використання некондиційної сировини.

Використання генно-модифікованої продукції як основної сировини, її застосування у виробництві приводять до того, що вона виявляється в 15—26% продукції рослинництва і тваринництва. Нераціональне використання в сільському господарстві добрив веде до надлишкового нагромадження нітратів і важких металів у рослинницькій продукції. У результаті упорядкування використання хімічних засобів захисту рослин, скорочення обсягів хімізації намітилася динаміка зменшення вмісту залишкових кількостей пестицидів у продуктах харчування. Разом з тим викликають тривогу факти виявлення в

окремих видах продовольства, у тому числі дитячого харчування, одночасно декількох пестицидів.

Основними причинами незадовільної якості реалізованої населенню харчової продукції є:

- слабка матеріально-технічна база і недостатня оснащеність багатьох підприємств харчової промисловості і торгівлі;
- вкрай низький рівень санітарної і виробничої культури;
- використання неякісної сировини і компонентів;
- різке ослаблення виробничого і галузевого контролю в зв'язку з ліквідацією органів господарського керування з лабораторною службою, яка є вхідною до їх складу, а також прагнення виробників скоротити витрати на контроль якості продукції.

Майже половина підприємств плодоовочевої промисловості експлуатується від 25 до 50 років. Багато хто з них без капітального ремонту і реконструкції. Понад 40% не мають необхідного холодильного устаткування, близько 30% не забезпечені водою гарантованої якості, багато підприємств знаходиться в незадовільному санітарно-технічному стані, відсутні спеціалізовані організації по ремонту технологічного і холодильного устаткування. Через гострий дефіцит коштів не здобуваються м'які і дезінфікуючі матеріали. Аналогічна ситуація відзначається на підприємствах м'ясо і птахопереробної промисловості.

Забій значної частини худоби проводиться в неналежних місцях, під час відсутності ветеринарного і санітарного експерта. Продукти забою, що не пройшли експертизи, реалізуються на узбіччях доріг, чи площах через приватні магазини, де, як правило, вони приймаються без таврування і ветеринарних документів. Усе це піддає населення постійній небезпеці зараження інфекційними хворобами.

У результаті незадовільної реалізації програми розвитку індустрії дитячого харчування на значній частині території України випуск його, як правило, здійснюється на дитячих молочних кухнях при відсутності належних умов виробництва, що іноді призводить до захворювання немовлят.

Аналіз криміногенної ситуації на споживчому ринку свідчить про різкий ріст суб'єктів, втягнутих у незаконну підприємницьку діяльність, пов'язану з протиправним виробництвом і реалізацією фальсифікованих продуктів. Останнім часом порушено багато кримінальних справ за різні порушення правил торгівлі, вилучено продовольчих товарів на мільйони карбованців, розкрито багато кримінально карних фактів випуску чи продажу спиртної продукції, що не відповідає вимогам безпеки для життя і здоров'я людей.

Саме через це, основними шляхами вирішення даної ситуації з якістю та безпечністю продуктів харчування рослинного походження, з одного боку є посилення державного ринкового контролю за станом овочевої продукції, а з іншого - запровадження на підприємствах - виробниках ефективних систем моніторингу якості та безпечності харчових продуктів.

Забезпеченню продовольчої безпеки України сприятиме здійснення таких заходів:

- розробка та прийняття концепції продовольчої безпеки України та Закону України «Про забезпечення продовольчої безпеки України»;
- розробка та прийняття Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів»;
- прийняття Національної програми розвитку агропромислового комплексу і відродження села;
- державна підтримка вітчизняного агропромислового виробництва;
- розробка системи індикаторів продовольчої безпеки і доведення їх до відома відповідних міністерств, відомств та органів державної влади;
- створення механізму продовольчого забезпечення найбільш вразливих верств населення;
- передбачення механізму продовольчого забезпечення населення

Підтримання на достатньому рівні продовольчої безпеки сприятиме проведенню реформ, становленню і зміцненню Української держави.

**Список використаних джерел:**

1. Прядко О.А. Розроблення елементів системи управління безпечністю продукції. Товарознавчий вісник: Збірник наукових праць. Випуск 6. Луцьк, 2013. С. 228-233.
2. Управління безпечністю харчових продуктів на основі НАССР (відділ сертифікації партії продукції. Державне підприємств «Харківський регіональний науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації». URL: <http://hgcsms.kharkov.ua/ukr/sert/bezp.hp.php>
3. Белов Ю.П. Розробка та впровадження системи управління безпечністю харчових продуктів НАССР. Світ якості України, №2, 2015. С.42.

**П'явка Н.В.**, студентка  
**Науковий керівник: Рудь Н.Т.**, д.е.н.,  
 професор кафедри економіки  
 Луцький національний технічний університет,  
 м. Луцьк, Україна

## **ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

Основоположним принципом розвитку підприємства в умовах швидких змін, прискорення темпів науково-технічного прогресу є активізація інноваційних процесів з метою більш ефективного вирішення завдань діяльності в усіх напрямках і на всіх рівнях управління. Ці процеси створюють ряд проблем, які потребують ґрунтовного дослідження. Ключову роль в них відіграє маркетингова діяльність.

Вагомий внесок у розробку теоретичних і практичних засад розвитку інтернет-маркетингу зробили І.Е. Астахова [1], С.М. Войнаренко [2], О.І. Зоріна [3], С.М. Ілляшенко [4], В.В. Божкова [4], та інші вчені.

На наших очах процес інформатизації розвивається настільки стрімко і найчастіше непередбачувано, що ми лише тільки на самому початку шляху усвідомлюємо його соціальні, суспільні, політичні, економічні, військові та інші можливі наслідки. Глобальна інформатизація веде до створення єдиного світового

інформаційного простору, у рамках якого проводиться нагромадження, опрацювання, збереження й обмін інформацією між суб'єктами цього простору – людьми, організаціями, державами.

Інноваційний маркетинг – це концепція ведення бізнесу, яка передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції (виробу, технології, послуги, управлінського рішення) – інновації – і використання в процесі її створення та розповсюдження вдосконалених чи принципово нових – інноваційних – інструментів, форм та методів маркетингу з метою більш ефективного задоволення потреб як споживачів, так і виробників [4].

Інтернет-маркетинг – ведення маркетингу на основі електронних технологій.

Інтернет-маркетинг вперше з'явився на початку 1990-х років, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари. Через деякий час Інтернет-маркетинг переріс у щось більше, ніж продаж інформаційних продуктів. Зараз іде торгівля інформаційним простором, програмними продуктами, бізнес-моделями й багатьма іншими товарами та послугами.

Під терміном «Інтернет-маркетинг» розуміється теорія і методологія організації маркетингу в гіпермедійному середовищі Інтернету. Інтернет володіє унікальними характеристиками, що значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу.

Крім того, його комунікативні характеристики володіють високою гнучкістю, що дозволяє легко робити зміни представленої інформації, тим самим підтримувати її актуальність без тимчасової затримки і витрат на розповсюдження [5].

В ході проникнення і вдосконалення системи доступу до комунікаційних та інформаційних ресурсів Інтернету буде досягтися все більший ступінь зниження транзакційних витрат. При цьому вартість комунікацій порівняно з традиційними засобами стає мінімальною, а їх функціональність і обсяг значно зростають.

Основні інструментами Інтернет-маркетингу зображені на схемі 1.



Схема 1. Основні інструменти Інтернет-маркетингу.

Сучасний Інтернет-маркетинг має наступні переваги [2]:

1. Інформативність. Споживач отримує максимум необхідної інформації про послуги і продукти: щоб зацікавити клієнта, відомості про товар повинні бути не тільки абсолютними, але і оригінальними (унікальними).

2. Висока результативність у порівнянні з традиційною рекламою. Звичайна реклама в ЗМІ та на білбордах коштує дорого і часто не окупає себе: охоплення аудиторії широкий, але не продуктивний. Просування товарів і послуг в Інтернеті працює за іншим принципом: відвідувач сам знаходить таку рекламу, втягуючись у процес у той момент, коли набирає в рядку пошуку певні слова та словосполучення.

3. Велике охоплення цільової аудиторії. Кількість споживачів конкретного продукту в Інтернеті нічим не обмежена: в теорії – це всі користувачі Інтернету, оскільки зробити замовлення на придбання товарів і послуг можна з будь-якої точки планети та в будь-який момент.

Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Використання терміна «Інтернет-маркетинг» зазвичай має на увазі використання стратегій маркетингу прямого відгуку, які традиційно використовуються при прямих поштових розсилках, радіо і в телевізійних рекламних роликах, тільки тут вони застосовуються до бізнес-простору Інтернету.

Інтернет-маркетинг асоціюється із кількома бізнес-моделями. Основні з них наведені в таблиці 1.

Основними стратегіями в електронному бізнесі є:

- індивідуальна торгівля (індивідуальний маркетинг);
- динамічна торгівля;
- система «точно в термін».

Таблиця 1.

Основні бізнес-моделі Інтернет-маркетингу

Назва бізнес-моделі	Характеристика бізнес-моделі
Бізнес-бізнес (B2B)	складається з компаній, які роблять бізнес між собою
Бізнес-споживач (B2C)	прямі продажі кінцевому споживачеві
Споживач-споживач (C2C)	звичайні користувачі Інтернету міняються між собою і продають товари один одному
Споживач-адміністрація (C2A)	соціальна і податкова сфера взаємодіють зі споживачами через Інтернет

(сформовано автором)

Отже, завдяки появі інноваційних інструментів стає можливим спрямування рекламних повідомлень споживачам більш персоналізовано. Особливо з розвитком Інтернет-технологій стає можливим бути ближче до свого клієнта, розуміти, що і в який момент йому необхідно. Як наслідок, контент для конкретного споживача стане більш вузьким і цілеспрямованим. Успішна інтеграція класичних та інноваційних інструментів системи маркетингових комунікацій дасть змогу ефективно функціонувати компанії на ринку, залучати нових клієнтів, створювати позитивний імідж свого бренда і, як наслідок, збільшувати обсяги продажів і прибуток.



Таким чином, з огляду на переваги та недоліки Інтернет-ресурсів комплекс переваг інструментів Інтернет-маркетингу дає змогу найбільш точно уявити вигоди, привілеї та цінності використання Інтернет-технологій підприємством за умов посилення трансформаційних процесів у суспільстві, інтернаціоналізації, глобалізації, інформатизації соціально-економічних процесів та розвитку міжнародних комунікацій.

*Список використаних джерел:*

1. Астахова І.Е. Особливості використання Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 22. С. 249–252.
2. Богуславська М.В. Новітні технології Інтернет-маркетингу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 5 (27).
3. Войнаренко С.М. Інноваційні маркетингові технології як напрям підвищення ефективності комунікації. Економіка: реалії часу. 2013. №5(10). С. 70–74.
4. Зоріна О.І. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємства в сучасних умовах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 21. С. 284–287.
5. Кузнєцова Н. Інтернет-маркетинг в Україні: проблеми та перспективи. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. № 137. С. 64-67.
6. Ляшенко Г.П. Інтернет-маркетинг та його інструменти. Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). 2013. № 3(62). С. 59-65.
7. Штельма Н. Маркетингові комунікації ХХІ століття. Галицький економічний вісник. – 2010. № 126. С. 61–65.

**Сак Т. В.**, к.е.н., доцент

**Жолоб К.О.**, магістр

Східноєвропейський національний  
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ПОСЛІДОВНІСТЬ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Формування стратегії розвитку підприємства являє собою сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів, об'єднаних єдиною глобальною метою – забезпечити і підтримувати високий рівень конкурентоспроможності. Як і будь-яка система, стратегія схильна до впливу певних закономірностей, їй повинні бути притаманні такі характеристики, як цілісність, інтегративність, системність тощо. Суттєвий вплив на зміст стратегії розвитку підприємства має неоіндустріальна трансформація, основним завданням якої є реконструкція індустріального фундаменту і впровадження принципових нововведень, забезпечення стійкого зростання, дотримання екологічних вимог, збереження довкілля та ресурсоефективність [2, с.6]. В таких умовах процес вибору стратегії має опиратися на оцінку стартових умов функціонування та передбачення сценаріїв майбутньої поведінки підприємства в рамках переходу промисловості до технологій шостого укладу. Даний процес може складатися з двох основних частин: дослідження і формування сукупності можливих стратегій залежно від реального стану підприємства і від сценаріїв його майбутнього розвитку та вибору певного виду стратегії.

Сучасна стратегія підприємства – це майбутнє бачення органічного

поєднання ефективних бізнес-стратегій, у рамках яких досягається системний синергетичний ефект. Розробку стратегії розвитку підприємства доцільно здійснювати у взаємозв'язку з цілями інноваційного розвитку. Такий взаємозв'язок дозволяє проявлятися ефекту синергізму. Синергетичний ефект стратегії збалансованої розвитку буде характеризуватися збільшенням доходів через впровадження інновацій, зниженням витрат за рахунок ресурсозбереження. Це дозволить підприємству вийти на новий рівень управління.

Враховуючи вищенаведені аспекти, розглянемо основні етапи розробки стратегії розвитку. Формування стратегії передбачає комплекс необхідних заходів – послідовних етапів.

На першому етапі аналізують внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на діяльність підприємства. На другому – переглядають цілі розвитку підприємства в контексті їх збалансованості та адаптивності до умов сьогодення. Ключовими завданнями стратегічного керування у вирішенні цих питань є функції. Визначення функцій підприємства слугує основою формування його місії та стратегічного бачення.

На третьому етапі діагностують соціально-економічну систему взаємопов'язаних показників підприємства. Розрізняють глобальну експрес-діагностику і функціональну діагностику. Такий розподіл обумовлений відмінністю завдань, що передбачає оцінку ухвалених стратегічних рішень на основі проведеного аналізу.

Четвертий етап – «Розробка концепції стратегічного управління» є підґрунтям для проведення майбутніх перетворень. Головним у цей період є об'єднання зібраної інформації для опрацювання концепції стратегічного управління збалансованим розвитком. Призначенням концепції є визначення головних стратегічних напрямів розвитку підприємства з урахуванням змін зовнішніх факторів.

На п'ятому етапі здійснюється оцінка стратегічних альтернатив і вибір оптимальної стратегії розвитку, що дозволить перейти на наукомістке, прогресивне виробництво.

Шостий етап – це формування програми розвитку підприємства. Важливим на даному етапі є окреслення принципів управління. Бояринова К. О. визначає такі основні домінанти стратегічного управління в умовах неоіндустріалізації та розвитку нооекономіки: трансцендентність управління на мікрорівні з інтеграцією в мезо- і макропроцеси, що передбачає орієнтацію управління інноваційним розвитком підприємств на Європейську (континентальну) модель; зміна вектору інвестиційного забезпечення з інвестиційно-інноваційної моделі на інноваційно-інвестиційну – подолання протиріччя між рівнем інноваційного потенціалу та складністю і високовартісністю інноваційних проектів; орієнтація на управління інноваційно стійким саморозвитком – забезпечення інноваційного стійкого розвитку [1].

На заключних етапах здійснюється реалізація стратегії розвитку, проводиться контроль і оцінка результатів. На цьому етапі виявляють

відповідність фактичних результатів діяльності підприємства запланованим і вживають заходів щодо їх коригування.

Отже, процес формування стратегії розвитку підприємства досить трудомісткий і тривалий. Наявність стратегії розвитку підприємства сприяє більш ефективному використанню наявних ресурсів та можливостей, підвищує системність та обґрунтованість прийнятих управлінських рішень. Розробка стратегії розвитку – ефективний механізм підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Стратегія розвитку підприємства повинна відповідати перетворенням у національній економіці, гармонізувати вплив і взаємозв'язки між факторами внутрішнього та зовнішнього середовища. У процесі формування стратегії особливу увагу варто приділити інноваційному напрямі розвитку, як основі неоіндустріалізації.

#### *Список використаних джерел:*

1. Бояринова К. О. Інноваційний розвиток підприємств машинобудування на засадах нооуправління. *Проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 230-235.
2. Неоіндустріальна трансформація промислового потенціалу України : колективна монографія / [Дейнеко Л.В., Шовкун І.А., Шелудько Е.І. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л.В.Дейнеко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». К., 2016. 278 с.

**Савченко В.С.,** студентка  
**Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,**  
д.е.н., професор  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

### **ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ**

Протягом багатьох років обговорюється питання щодо організації відповідальності менеджерів за центрами виникнення прибутку та витрат. На практиці виявляється, що вже недостатньо генерувати прибуток та забезпечувати максимальну прибутковість компанії. Далекоглядні керівники розуміють, що їх компанія повинна формувати власні конкурентні переваги, які забезпечать процвітання організації [1].

Така стратегія вимагає не тільки сил, але і значних витрат на реалізацію. Великою її перевагою є те, що при чіткому виконанні вона забезпечує успішне майбутнє організації.

Після того, як буде розроблено стратегію розвитку підприємства, її головні цілі та завдання необхідно виконувати. Для цього існує спеціально розроблена збалансована система показників (Balanced Scorecard System, BSS ЗСП), метою якої є переведення стратегічних цілей в оперативну площину. За допомогою ЗСП кожної миті можна відповісти на питання, з якою кількісною ефективністю сьогодні реалізується стратегічний план.

Перед сучасними компаніями виникли дві важливих проблеми [2].

По-перше, контроль тільки фінансових показників став недостатнім в умовах постійних змін характеру економічної діяльності в порівнянні з часом формування традиційної системи управлінського контролю. Для досягнення успіху в новому інформаційному середовищі виникла потреба в нових можливостях тобто в здатності повною мірою використовувати свої нематеріальні активи, які відкривають нові можливості.

Такі нематеріальні активи, як знання, досвід керівників та співробітників, а також сучасні технології стали істотно впливати на вартість бізнесу.

По-друге, інша важлива проблема полягала в складності моніторингу довгострокового розвитку організації, а саме у відсутності налагодженого механізму, який би контролював виконання стратегічного плану.

Тривалість терміну ринкового життя продукту або послуги обмежена. Успішне просування тієї чи іншої продукції не може дати ніякої гарантії того, що конкурентоспроможність даного продукту залишиться такою ж і в наступному часі. Тому, топ менеджери компаній були змушені передбачати майбутні потреби клієнтів та пропонувати все новий спектр товарів та послуг.

Постійне удосконалення якісних характеристик продукції та технології здатне забезпечити довгостроковий успіх компанії. Ця проблема викликала необхідність створення такого інструменту, який дозволяв би відстежувати виконання стратегії на кожному її етапі [3].

Протиріччя між одночасним створенням конкурентних переваг та адекватного механізму контролю виконання стратегічного плану послужило причиною створення збалансованої системи показників [3].

Використання нефінансових показників для опису діяльності організації не можна назвати чимось абсолютно новим. Існує велика кількість показників, призначених для характеристики діяльності підприємницьких структур.

Головна відмінність збалансованої системи полягає в тому, що вона включає в себе ретельно підібрані показники, які призначені для реалізації та розповсюдження єдиної концепції стратегічного розвитку компанії. Досягнення збалансованості і є головною метою будь-якої організації.

Бюджетування ЗСП, ключових показників ефективності робітників (КРІ) є прикладами «підмножин» системи контролінгу. Концепція контролінгу включає широкий спектр технологій управління, до завдань яких належать: визначення цільових показників, планування, а також контроль досягнення цілей. З точки зору управління, функції контролінгу можна розглядати як зворотний зв'язок в системі управління підприємством.

Система контролінгу передбачає збір інформації про фактичний стан компанії, визначення цільових показників, а також можливі дії щодо усунення виявлених відхилень.

Контролінг включає в себе [3]:

- постановку цілей діяльності організації;
- відображення цілей в системі показників;
- визначення цільових значень ключових показників на конкретний період;
- постійний контроль фактичних значень коефіцієнтів;

– виявлення причин, аналіз і прийняття необхідних заходів зі зниження відхилень.

Показники підсистеми КРІ формуються на основі показників підсистем стратегічного та оперативного контролінгу.

Збалансована система показників ефективності являє собою інструмент досягнення бажаних результатів, а також збалансованості безлічі різних економічних факторів.

Основне завдання ЗСП - дати характеристику всіх істотних чинників, від яких залежить успіх компанії.

Не дивлячись на те, що фінансові показники, є вкрай важливими для організації, нефінансові показники, у свою чергу, не поступаються їм за значущістю тому, що ще на ранніх стадіях розвитку компанії можуть виявитися фактори, які гальмують розвиток підприємства.

Система збалансованих критеріїв призначається для узгодження короткострокових цілей діяльності компанії з її стратегією та місією на довгострокову перспективу за допомогою визначення чотирьох ключових перспектив (складових) діяльності: фінансової; клієнтської; внутрішніх бізнес-процесів; навчання і розвитку персоналу [1].

Для повноцінного функціонування системи управлінського контролю необхідно визначити місію та стратегію компанії, тому стратегічні карти є інструментом управлінського контролю.

Зазвичай, до моменту розробки стратегічних карт, стратегії компанії вже визначені. В такому випадку, необхідно провести підтвердження обраного курсу та внести необхідні доповнення та уточнення у формулюванні основних цілей і способів по їх досягненню.

Основні цілі та завдання повинні бути сформовані на прикладі конкретних цілей, показників та обов'язків, а також доведені до всіх підрозділів підприємства. У системі збалансованих показників вони формулюються у вигляді «стратегічних карт».

Система збалансованих показників може бути застосована як до системи стратегічного, так і операційного контролю.

Цілі і завдання в ЗСП спочатку формуються у вигляді «стратегічних карт», які прийнято розбивати на чотири головні аспекти (перспективи) діяльності:

- фінансова діяльність.
- відносини з споживачами.
- організація виробничих процесів.
- навчання та економічне зростання.

Створення ЗСП не дає повної гарантії щодо вироблення місії та стратегії, які принесуть успіх компанії. Але процес розробки впровадження ЗСП дає організації великі переваги, які відображають реальний стан компанії в галузі та допомагають забезпечити постійне стимулювання співробітників.

*Список використаних джерел:*

1. Огляд і порівняльна характеристика систем ЗСП. [Електронний ресурс]. [Http://studme.org/1234062514932/finansy](http://studme.org/1234062514932/finansy)

2. Розробка збалансованої системи показників [Електронний ресурс]. - [Http://www.businessstudio.ru](http://www.businessstudio.ru)
3. BSC, KPI і інші показники [Електронний ресурс]. - [Http://www.iteam.ru](http://www.iteam.ru)

**Семененко В.І.**, студентка  
**Науковий керівник: Жуков С.А.**,  
д.е.н., с.н.с., доцент  
ДВНЗ «Ужгородський національний  
університет», м. Ужгород, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «МЕДИЧНИЙ ЦЕНТР «МЕДІУС»**

Найбільш ефективним інструментом впливу на результат будь-якої організації є управління маркетинговою діяльністю. Зважаючи на зростаючу конкуренцію, необхідним стає вдосконалення маркетингової складової, що надасть компаніям можливість збільшити свої конкурентні переваги на ринках в умовах розвитку неіндустріальної економіки. В зв'язку з цим, дослідження питань вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств і вироблення на цій основі необхідних методичних і практичних рекомендацій є актуальним.

Управління маркетингом як процес – це розроблений послідовний комплекс маркетингових дій, спрямованих на реалізацію маркетингових функцій і принципів, у результаті яких мають бути виявлені та задоволені потреби споживачів, а фірма повинна отримати очікуваний прибуток [2, с. 9].

Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві – це система різних видів діяльності, що являють широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, пов'язаних між собою та спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг та отримання на цій основі найбільшого прибутку. Це поняття враховує складність процесу управління маркетингом, його призначення і сутність, воно підкреслює системність процесу, бо управління маркетингом має здійснюватись системно та комплексно [1, с. 95].

Складовою частиною управління маркетингом є його організація, що включає:

- визначення структури управління маркетингом;
- підбір і розстановку кадрів відповідно до обраної структурою управління;
- встановлення прав та обов'язків працівників служби маркетингу;
- створення необхідних умов для нормальної роботи співробітників, зайнятих вирішенням маркетингових завдань;
- встановлення необхідної взаємодії між відділами служби управління маркетингом та іншими відділами управління підприємством.

Модель управління маркетинговою діяльністю підприємства можна представити у вигляді трьох взаємопов'язаних блоків:

Блок 1. Функціональне забезпечення маркетингової діяльності:

- створення служби маркетингу;
- функціонування маркетингової інформаційної системи;
- визначення стратегії та планування маркетингу;
- маркетинговий контроль і аудит.

Блок 2. Дослідження ринку: споживачів і конкурентів.

Блок 3. Розроблення комплексу маркетингу (4P): товарна, цінова, комунікаційна та розподільча політики [3, с. 139-140].

В практиці ТОВ МЦ «Медіус» блок 1 відсутній, а блоки 2 і 3 виконуються. Так, у «Медіус» відсутній відділ управління маркетингом і, навіть посада маркетолога, а маркетингові функції виконує заступник директора.

Відносно блоку 2, зазначимо, що дослідивши конкурентів на ринку власними силами, виділено основних конкурентів – медичні центри: «Архімед», «Гармонія» та «Здоров'я» та оцінено їх діяльність за чотирма основними параметрами (табл. 1).

Таблиця 1.

Основні конкуренти на ринку медичних послуг міста Мукачева

№	Параметр	Конкурентні заклади ринку медичних послуг			
		«Архімед»	«Гармонія»	«Медіус»	«Здоров'я»
1.	Досвід на ринку медичних послуг	4 роки	10 років	3 роки	16 років
2.	Кількість послуг	13	10	15	12
3.	Територіальне розміщення	Центр	Спальний район	Центр	Центр
4.	Співпраця з іншими медичними закладами	У межах міста	У межах країни	У межах країни	У межах області

Проаналізувавши табл. 1, зазначимо, що медичний центр «Медіус» є відносно молодим закладом, порівняно з конкурентами та функціонує на ринку біля трьох років. Проте, закладом пропонується більш широкий спектр медичних послуг – 15, які характеризуються інноваційністю та високотехнологічним обладнанням, рівень кваліфікації кадрів, досвід і стаж роботи тощо.

Загалом, мета маркетингових досліджень в галузі охорони здоров'я полягає в одержанні й аналізі об'єктивної інформації для розробки прогнозів розвитку ринку лікувально-профілактичних послуг, створення нових послуг для більш повного задоволення попиту на них.

Відносно блоку 3, зазначимо, що одним із найсуттєвіших напрямів управління маркетинговою діяльністю медичного центру «Медіус» є **цінова політика**. Ціни забезпечують запланований прибуток, конкурентоспроможність продукції, попит на неї. Через ціни реалізується кінцева комерційна мета, визначається ефективність діяльності усіх ланок виробничо-збутової структури Центру. Цінова політика полягає в тому, що «Медіус» встановлює та змінює ціни залежно від ситуації на ринку, щоб забезпечити досягнення мети, зокрема: опанувати певним сегментом ринку, досягти бажаного обсягу прибутку, вирішити завдання, пов'язані із задоволенням попиту на ринку, відреагувати на діяльність конкурентів тощо.

Потрібно відзначити, що ціноутворення залишається однією з найактуальніших тем у медицині, особливо у приватному секторі. Причина її актуальності полягає у тому, що у більшості випадків ціни на медичні послуги встановлюються, виходячи із можливостей пацієнтів та орієнтиру на основних конкурентів. Основу цінової політики на підприємстві складає метод ціноутворення «витрати + прибуток», який є основною складовою забезпечення прибутковості. Так, перед тим як встановлюється ціна на послуги керівник підприємства вивчає зовнішнє середовище – аналізується цінова політика конкурентів, і на основі цього встановлюється «рівень прибутковості». Таким чином для забезпечення конкурентоспроможності підприємство регулює рівень ціни за рахунок частки прибутку.

Важливою складовою системи управління маркетинговою діяльністю медичної лікувально-профілактичної установи є система управління якістю продукції. Остання визначається як організаційна основа управління підприємством, яка в широкому розумінні розглядається як система менеджменту організації стосовно якості. Створення цієї системи – складний процес із розроблення та впровадження її у діяльність підприємства. Рішення про створення системи якості зазвичай приймає керівництво підприємства під впливом ситуації на ринках збуту або вимог конкретних замовників.

Відносно досліджуваного нами медичного центру «Медіус» зазначимо перелік продукції чи послуг, які він продукує або надає.

- клінічні дослідження біоматеріалу;
- проведення медичних консультацій;
- проведення амбулаторних хірургічних втручань з гінекологічних, хірургічних та отоларингологічних захворювань.

Система управління якістю продукції (послуг) медичного центру «Медіус» полягає у якісному їх наданні та створена за ініціативою керівництва центру. Призначена дана система для вдосконалення діяльності підприємства, підвищення його конкурентоспроможності на основі зменшення витрат, підвищення якості надання послуг і задоволення потреб споживачів. Тому розробка системи якості полягає в тому, щоб урахувавши рекомендації стандартів ISO 9001:2000 визначити склад необхідних функцій системи якості, а потім визначити структури, що виконують або будуть виконувати ці функції. В медичному центрі «Медіус» функції контролю покладено на головного лікаря.

Підводячи підсумки зазначимо, що сьогодні на ринку медичних послуг міста Мукачєва, безперечно, ціна й імідж медичного закладу, наявність кваліфікованих фахівців, являється важливими факторами при виборі медичної установи. Цільовою аудиторією медичного центру «Медіус» є особи з різним соціальним статусом і рівнем доходу. Це пацієнти не тільки з м. Мукачєва та Мукачєвського району, але з усієї Закарпатської області. Крім того, пацієнтами медичного центру часто є іноземні громадяни, а також жителі інших регіонів України. Така розпорошеність клієнтів робить складним процес диференціації послуг, особливо враховуючи значне коливання клієнтів за рівнем доходів.



### Список використаних джерел:

1. Алехина Е.С. Развитие маркетинговых технологий в сфере услуг региона: дис. ... канд. эк. наук: захищена 22.06.2010. Шахты, 2010. 198 с.
2. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг: Навч. посіб. Київ: ІНКОС, 2007. 255 с.
3. Артимонова І.В. Засади та напрями впровадження сучасної концепції маркетингу у практичну діяльність аграрних товаровиробників. Вісник Білоцерківського державного аграрного університету. Біла Церква, 2009. Вип. 63. С. 136-140.

**Семенець Ю.Б.**, магістр  
**Науковий керівник: Ховрак І.В.**,  
к.е.н., доцент, Кременчуцький національний  
університет імені Михайла Остроградського, м.  
Кременчук, Україна

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВА В НЕОІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В умовах неоіндустріальної економіки кардинально змінюються пріоритети та джерела розвитку підприємств [1-2]. Так, основним джерелом стають інформація, технології та знання. Це вимагає зміни парадигми управління основними засобами підприємств. Оскільки більшість експертів основні засоби розглядає як матеріальні активи підприємства, які використовуються у виробництві протягом тривалого часу, варто розробити механізми, здатні підвищити ефективність використання основних засобів в довготерміновій перспективі. Варто додати, що управління основними засобами має враховувати їх різноманітність за різними критеріальними ознаками (рис. 1).

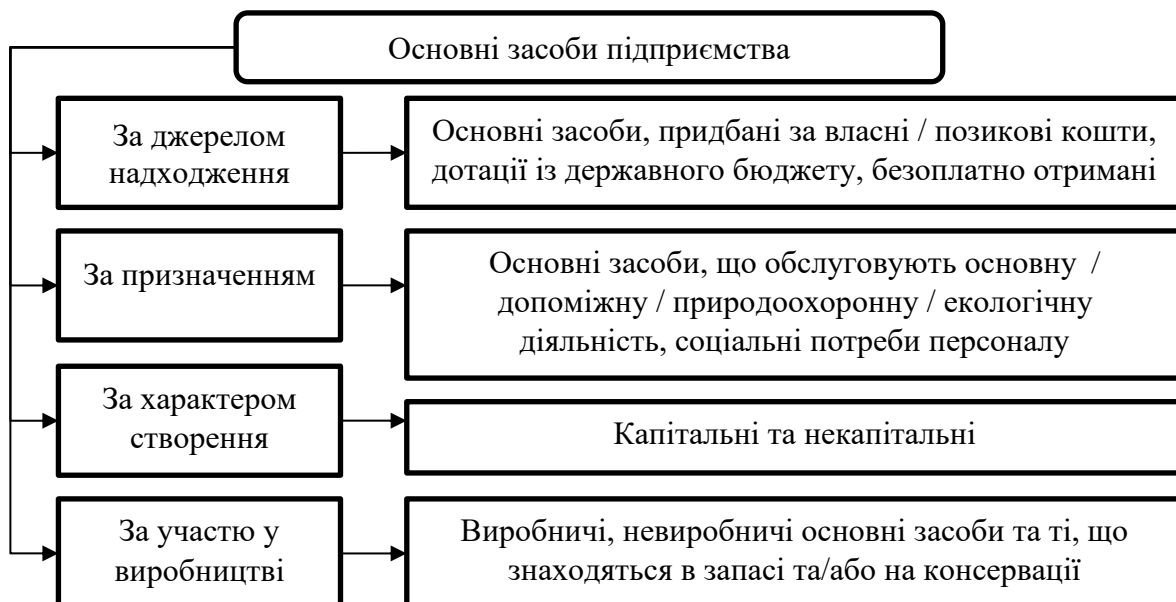


Рис. 1 Класифікація основних засобів підприємства

\* складено за даними джерела [3, с. 58-59]

В цілому, від ефективності управління основними засобами підприємства залежить його здатність та перспективи розвитку.

**Список використаних джерел:**

1. Лещук В.П., Полинкевич О.Н., Ищук Л.И. (2015). Стратегия управления бизнес-процессами машиностроительных предприятий на основе реинжиниринга и перепроектирования. Економічний часопис-XXI. Том 1, Випуск 1-2, с. 57-61.
2. Полінкевич О. М. Механізми адаптації бізнес-процесів промислових підприємств до нової економіки : монографія / О. М. Полінкевич. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2014. – 448 с.
3. Самбурська Н. І. Обліково-аналітичне забезпечення управління основними засобами: теорія і практика (на прикладі підприємств водопровідно-каналізаційного господарства): монографія / Н. І. Самбурська. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2015. –289 с.

**Сенюк, Ю. М.,** здобувач першого рівня освіти за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» групи ПТк-18-1  
**Науковий керівник: Побігун С.А.,**  
к.е.н., доцент кафедри підприємництва та маркетингу, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу м.Івано-Франківськ, Україна

## **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ, ЯК ОСНОВА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Людський розвиток у своєму становленні мав тривалий еволюційний шлях. Ще за античної доби мислителі Ксенофонт та Аристотель у наукових працях досліджували природні здібності людей. Більше уваги даному питанню приділено Платоном у праці «Держава», де автор відмічає, що люди «мають різну природу, а також і різні здібності до тої чи тої справи». Також, на його думку, справедливим буде такий устрій, при якому кожен, виходячи зі своїх природних здібностей, повинен «займатися лише своєю справою». [1].

Адам Сміт вважав, що накопичення людиною здібностей, знань, навичок, майстерності і умінь, які згодом будуть використовуватися з метою отримання доходів, є частиною багатства суспільства і самої людини. А. Сміт надає людині такого ж важливого значення як і техніці, розглядаючи «Велику спритність і вміння робітника ... з тієї ж точки зору, як і машини ..., які скорочують і полегшують працю, і які, хоча і вимагають відомих затрат, але і відшкодовують ці затрати з прибутком» [2].

Серед економістів кінця XIX початку XX століття (Ф. Ліст, А.Маршал, І.Фішер та інші) панувала уже інша думка щодо ролі людини в економічних відносинах. Будучи представниками нового напрямку в економічній теорії, а саме неокласицизму, та, критикуючи капіталістичний спосіб виробництва, вони, на відміну від своїх попередників, відносили до капіталу безпосередню саму людину, а не тільки її здібності.

Становище і роль людини значно змінюється в постіндустріальну епоху. Отримують перевагу розвиток і поширення нових технологічних та наукових

досягнень, інформації та знань. Постіндустріальне суспільство надало індивіду можливість самостійно обирати сценарії та способи вирішення життєвих задач, що найбільше імпонують. З іншої ж сторони суспільство само вимагає вміння швидко пристосовуватись, вирішувати складні завдання і постійно вдосконалюватись, щоб не відставати від динамічних змін у зовнішньому середовищі.

Становлення нового інформаційного технологічного способу виробництва, інформації та знань як нового виробничого ресурсу, який, будучи формою реалізації та примноження розумового потенціалу людини, визначає утвердження інноваційного типу розвитку, інтелектуалізацію виробництва та праці. Нова техніка і технологія змінюють характер праці, поряд з продуктивними якостями зумовлюють дедалі ширший розвиток і використання громадянських, соціальних та духовних якостей людини. Інтелектуалізація виробництва не лише передбачає високий освітньо-кваліфікаційний та культурний рівень працівників, але й докорінно змінює їх становище у виробництві та суспільстві [3].

Таким чином відбувається зміщення акцентів у системі поглядів на людину. Ї починають розглядати як суб'єкт трудових відносин, зароджується теорія людського капіталу, визначальними у розвитку якої стали наукові праці представників так званої "чикагської школи", Теодора Шульца і Гарі Беккера, що були гідно оцінені громадськістю. Про значний внесок науковців свідчать Нобелівські премії, отримані кожним з них. Вперше були опубліковані Т. Шульцем наукові праці з теорії людського капіталу: "Формування капіталу освіти" (1963) і "Інвестиції в людський капітал" (1971) [4].

Таким чином, можемо відзначити низку чинників, що обумовлюють важливість та необхідність управління людським потенціалом в умовах сьогодення. Перш за все, варто відмітити, що саме «поняття «людський потенціал» відкриває широкі можливості для розкриття змін, що відбуваються у розвитку людини, в її місці та ролі у виробництві й суспільстві» [3], адже людина розглядається вже не просто як робоча сила, а творча особистість, здатна до саморозвитку і самовдосконалення.

Професійний рівень працівника певною мірою залежить від вміння самостійно працювати й самоорганізовуватися, самостійно опрацьовувати необхідну інформацію, виокремлювати проблеми та шукати способи їх раціонального вирішення, загалом ефективно управляти своєю діяльністю і, відповідно, розвитком свого потенціалу. Досить важливу роль відіграє морально-етичний чинник, що визначає поведінку спеціаліста під час виконання професійних обов'язків з врахуванням ситуації та професійної діяльності.

Найважливішим, на нашу думку, серед особистісно-індивідуальних чинників є самомотивація, адже ефективне використання людського потенціалу визначається не стільки його наявністю, а скільки мотивацією потреби у його використанні. Головними спонукальними мотивами у даному випадку зазвичай виступають прагнення людини реалізувати свої можливості.

Процес саморозвитку у більшості людей відбувається протягом усього життя. Проте здатність до саморозвитку усвідомлює й ефективно використовує не

кожен.

А саме цей факт свідчить про те, що навіть при позитивній дії ендогенних та екзогенних чинників, якщо сама людина не має внутрішніх мотивів, інтересів, відповідно не використовує саморозвиток та свої здібності складно говорити про отримання позитивного ефекту від капіталізації її потенціалу.

**Список використаних джерел:**

1. Платон. Держава / Пер. з давньогр. Д. Коваль. — К.: Основи, 2000. — 355 с.
2. Історія економічних учень: Навчальний посібник / Юхименко П. І., Леоненко П. М. — К.: Знання-Прес, 2005.- 583 с.
3. Людський капітал та людський потенціал / Р. В. Яковенко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2013. - Вип. 24. - С. 186-193.
4. Schultz Theodore. 1971. Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research/ Theodore Schultz. —New York: Free Press, 1971.

**Скляр Д. В.**, аспірант,  
Одеський національний економічний  
університет, м. Одеса, Україна

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ УКРАЇНИ**

Світові тренди розподілу маркетингової діяльності компаній з кожним роком все більше зсуваються з преси та телебачення у бік інтернет-реклами. Це пояснюється розповсюдженням доступу до мережі Інтернет, «смартфонізацією» населення та більш системним підходом до ведення та оцінювання ефективності рекламних кампаній. Інтернет-маркетинг стає потужним інструментом просування товарів та послуг порівняно з традиційними методами прямого маркетингу. Технології інтернет-маркетингу розвиваються з великою швидкістю для загарбання все більшої цільової аудиторії.

Більш широкі можливості планування, відносно низька вартість проведення рекламних кампаній, висока ефективність, удосконалення можливостей оперативного внесення змін є безумовною перевагою Інтернету порівняно з іншими каналами розповсюдження реклами. Також варто звернути увагу на те, що деякі сфери бізнесу, а саме в мережі, фінансують в онлайн рекламу великі кошти, тому що саме такий вид реклами є і буде пріоритетним засобом приваблення потенційних покупців та бізнес-партнерів [1].

Ключовими показниками ефективності (KPI) у сфері інтернет-маркетингу є:

- ROMI (Return Of Marketing Investments): співвідношення прибутку від реклами до маркетингових інвестицій (окупність затрат на маркетинг);
- LTV (Life Time Value): дохід за весь час співпраці з клієнтом;
- SAC (Customer Acquisition Cost): вартість залучення нових клієнтів;
- CPC (Cost Per Click): співвідношення витрат на рекламну кампанію до кількості кліків;
- CTR (Click-Through Rate): співвідношення показів реклами і кліків на рекламний носій;
- CR (Conversion Rate): співвідношення відвідувачів, що здійснили цільові

дії до загальної кількості відвідувачів.

Згідно з даними дослідження Європейського Бюро інтерактивної реклами (IAB Europe) про ринок інтернет реклами AdEx Benchmark 2018 [2], Україна посідає перше місце серед європейських країн за темпами зростання. Оціночний обсяг ринку інтернет-маркетингу в Україні в 2018 році склав 475 млн євро. Це 19 показник в Європі з щорічним приростом в 26,9%.

Ринок дисплейної реклами в Україні виріс на 32%. Це кращий показник в Європі, у той час як пошукова реклама виросла на 25%, а відеореклама – на 38%. Це 4-ий та 7-ий показники по Європі відповідно.

Обсяг українського ринку медійної інтернет-реклами склав 3,51 млрд грн в 2018 році. Про це свідчать дані дослідження Комітету з питань інтернет-реклами Інтернет Асоціації України [3]. Показник за 2018 рік перевищує аналогічну цифру минулого року майже на 40%.

Частки сегментів медійної інтернет-реклами розподілилися наступним чином:

- Банерна реклама - 37%;
- In-stream video - 42%;
- In-page video (content-roll) - 9%;
- Інші нестандартні рішення - 7%;
- Спонсорство - 5%.

Мобільна реклама одна з найбільш недорогих і ефективних форм рекламної комунікації зі споживачем. Популярність мобільної реклами сформувалась під впливом двох обставин: кризи традиційних форматів, які при високій вартості розміщення рекламних повідомлень стали поступатися по ефективності альтернативним каналам, і стрімкого розвитку мобільних технологій, що передбачало появу мобільних пристроїв з можливостями передачі інформації і доступом в Інтернет [1]. Найчастіше мобільна Інтернет-реклама розміщується в додатках для смартфонів (пошта, погода і т.д.) та на мобільних версіях Інтернет-ресурсів.

За даними дослідження Інтернет Асоціації України питома вага мобільної реклами у структурі розподілу маркетингових бюджетів невідмінно зростає. Так у 2016 році доля мобільного платного пошуку на ринку складала 48%, у 2017 році – 56%, а в 2018 році – вже 66% [4].

П'ять категорій товарів та послуг, з найвищою середньою вартістю кліка виглядають таким чином: бізнес та промисловість (7,11 грн), фінанси (4,51 грн), кар'єра та освіта (3,97 грн), інтернет та телекомунікації (3,87 грн), комп'ютери та електроніка (3,72 грн).

Отже, з наведеного вище можна стверджувати, що Інтернет продовжує розвиватись і активно використовуватись у функціонуванні підприємств. Також можна прогнозувати, що найближчим часом популярність використання мережевих технологій в Україні буде стрімко зростати. Інтернет став дуже корисним інструментом для реалізації маркетингових стратегій, а також просування та реалізації продукції. Мережа інтернет надає можливість роботи з цільовою специфічною аудиторією, що зменшує витрати та оптимізує «таргетинг»

реклами. Перевагою просування бренду в інтернеті є можливість швидко оцінити ефект від проведеної рекламної кампанії.

**Список використаних джерел:**

1. Каптур А. О. Інтернет-реклама: сучасний канал комунікації. Тенденції та перспективи. *Международный научный журнал «Интернаука»*. № 8 (30). 2017. С. 43-45.
2. Україна лідирует по темпам роста рынка интернет-рекламы в Европе. URL: <https://ain.ua/2019/06/06/ukraina-lidiruet-po-rostu-rynka-internet-reklamy/> (дата звернення: 06.06.2019).
3. Дослідження інтернет-аудиторії. Інтернет Асоціація України. URL: <http://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytoriyi> (дата звернення: 06.10.2019).
4. Дослідження ринку платного пошуку в Україні. Інтернет Асоціація України. URL: [https://www.dropbox.com/s/uw1mkhxxjxoo3ny/UIA\\_Search\\_market\\_volume\\_2018FY.pdf?dl=0](https://www.dropbox.com/s/uw1mkhxxjxoo3ny/UIA_Search_market_volume_2018FY.pdf?dl=0) (дата звернення: 11.04.2019).

**Солоджук Т.-М.В.,** магістр  
**Науковий керівник: Малинка О.Я.,**  
к.е.н., доцент  
Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу,  
м. Івано-Франківськ, Україна

## **ПРОЦЕС РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ БАНКУ**

Розробка конкурентної стратегії банку повинна забезпечити створення комплексу узгоджених між собою програм, націлених на забезпечення довгострокової конкурентної переваги. На цьому етапі необхідно відповісти на питання, в чому полягає конкурентна перевага банку і як вона буде реалізована. Необхідно також мати на увазі, що конкурентна перевага наростає поступово, тому важливий поетапний план її досягнення [2, с.72].

Процес розробки маркетингової стратегії банку є ключовою складовою загальної стратегії. За допомогою неї створюється змога більш глибоко проаналізувати діяльність банку та визначити усі сильні і слабкі сторони, що, в свою чергу, призведе до покращення ефективності роботи. Даний процес відбувається за допомогою послідовно виконаних етапів.

Світова практика показує, що існують безліч підходів щодо розробки маркетингової конкурентної стратегії. Наприклад, М. Портер у своїх працях висвітлює такі етапи розробки маркетингової стратегії:

- 1) оцінка внутрішніх та зовнішніх маркетингових факторів;
- 2) встановлення цілей;
- 3) реалізація стратегії;
- 4) визначення ключових стратегічних питань;
- 5) аналіз конкурентів;
- 6) стратегічні альтернативи [5].

Також актуальною є думка М.Мак-Дональда, який до даного списку додає розробку варіантів стратегії та контроль [3].

Загалом ми об'єднали думки вищевказаних авторів та сформувавши такі чотири етапи розробки маркетингової конкурентної стратегії банку:

- 1) формування цілей;
- 2) дослідження можливостей;
- 3) розробка маркетингової стратегії;
- 4) реалізація стратегії.

На першому етапі при розробці маркетингової конкурентної стратегії банку формуються цілі. Досягнення цілей говорить про реалізацію обраної стратегії.

Другим етапом є дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища. Потрібно здійснити аналіз ринкового середовища, який передбачає кількісні (темпи зростання, насиченість, місткість та стабільність попиту) та якісні характеристики (мотиви здійснення покупки, процес купівлі, інтенсивність конкуренції та структура потреб споживачів) [4, с.105]. Для обґрунтування та вибору найефективніших способів та форм досягнення орієнтирів банку, потрібно провести стратегічний аналіз та діагностувати стан банку. Дане завдання полягає в здійсненні зовнішнього і внутрішнього аналізу, оцінці потенціалу особливостей конкурентного середовища і рухомих сил в галузі.

Третім послідовним етапом є розробка варіантів стратегії. Тут можна виділити такі кроки:

1. розробка альтернатив;
2. оцінка альтернатив;
3. вибір стратегії.

На основі проведеного у попередньому етапі аналізу зовнішнього та внутрішнього середовищ, проводиться розробка варіантів стратегії. При розробці та оцінці альтернатив доцільним буде переглянути кілька варіантів, при цьому використовуючи метод прогнозування: якщо розроблені стратегії зорієнтовані на досягнення поставлених цілей, які були поставлені згідно зі всіма вимогами; якщо ж цілі були приблизними, а не конкретними, тоді варіанти потрібно перевіряти на всі узгодженості зі стратегіями банку.

Четвертим та заключним етапом в розробці маркетингової конкурентної стратегії банку є планування реалізації обраної стратегії. На цій стадії проводиться розробка списку визначених заходів для досягнення сформованих раніше цілей за ступенем їх важливості. Крім цього, на даному етапі визначається спосіб контролю за реалізацією стратегії.

Отже, перелічивши основні етапи розробки маркетингової конкурентної стратегії банку, ми бачимо, що отримано подальший розвиток перебігу подій при її розробці, який відрізняється від вже існуючого тим, що розробка маркетингової стратегії банку – це головним чином процес створення та реалізації генеральної програми дій. Її мета – ефективна розстановка ресурсів для отримання цільового ринку. Розробка і реалізація маркетингової стратегії банку є роботою творчою, яка базується на здібностях та потенціалі фахівців, тобто, по суті, є ноу-хау.

*Список використаних джерел:*

1. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: підручн./ Балабанова Л.В., Холод В. В., Балабанова І. В. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 630 с.

2. Жуков Е.Ф. Банковский менеджмент: учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Жуков Е.Ф. – 2-е изд., перераб. и доп. -- М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2009. – 255 с.
3. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / Мак-Дональд М. – СПб.: Питер, 2000. – 276 с.
4. Митяй О.В. *Проектний аналіз*: Навч. посіб. для студентів, викладачів ВНЗ. Рекомендовано МОН / Митяй О.В. – К.: ЗНАННЯ, 2011. – 311 с.
5. Портер М. Стратегия конкуренции и анализ отраслей / М. Портер. – К.: Основы, 1997. – 391 с.

**Сосовська О.С.** студентка

**Науковий керівник: Волинець І.Г.** к.е.н  
Східноєвропейський національний університет  
Ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СВІДОМІСТЬ ЛЮДИНИ**

Як відомо, реклама є головною рушійною силою торгівлі та економіки загалом. Вона допомагає споживачам дізнатися про нові товари, послуги і зорієнтуватися в них. Сьогодні реклама є всюди: теле радіо ефірах, газетах, транспорті, а особливо в Інтернеті. Проте, мало хто замислюється про те в чому полягає основна суть реклами, і чому вона стає все популярнішою. За словами фахівців реклама це сильний засіб впливу і маніпуляції на людину. Ось чому зараз все більше науковців цікавляться цією темою.

Негативні фактори впливу полягають у тому, що реклама спричиняє стереотипне мислення, поведінку і нав'язує суспільству моделі й стандарти життя. Реклама навіть дає людині думку, що якщо вона купить ту чи іншу річ, то вона стане щасливішою, привабливішою, успішнішою, що це сприятиме підвищенню її статусу. Люди оцінюють себе та інших в залежності від того, чим вони володіють, а не від їхніх особистих якостей. Так формується система цінностей, орієнтована виключно на споживання. Але неможливо купити все, особливо з огляду на матеріальний стан переважної більшості населення. У звичайному житті пересічні люди не можуть виглядати такими привабливими і успішними, як герої рекламних роликів. Все це приводить до виникнення у багатьох людей, особливо молодих, комплексу меншовартості. Тим більше, що праця, пов'язана з досягненням добробуту, лишається „поза кадром”. Подібні уявлення нерідко спричиняють асоціальну поведінку молоді. Втім, навіть у законослухняних громадян зрілого віку рекламний тиск, неможливість задовольнити усі, часом створені штучно самою ж рекламою потреби викликає стрес.

Рекламне звернення може пробуджувати почуття, які в кінцевому підсумку також впливають на ставлення до товару й на поведінку покупця. Вона створює відчуття енергії, життєрадісності, веселощів, належності до якогось колективу. Ці відчуття асоціюватимуться з торговою маркою й рекламним зверненням, впливатимуть на ставлення до виробника чи продавця й поведінку щодо них. Оскільки чуттєві реакції бувають або позитивними або негативними без конкретної аргументації, їх ще називають емоційними реакціями [1].



Основними методами впливу реклами на людину є:

1) Метод навіювання – це штучне прищеплення шляхом слова або іншим способом різних психічних явищ, в т. ч. Настрої, зовнішнього враження, ідеї або конкретної дії іншої людини за відсутності у нього критичного мислення. Якщо при переконанні висока роль логіки і раціональної оцінки рекламованого об'єкта, то при вселенні на перший план вихід емоційність, вплив авторитету, довіра до групового і громадській думці.

2) Метод переконання полягає в тому, щоб за допомогою аргументації довести споживачеві переваги даного товару та необхідність його придбання.

3) Метод нейролінгвістичного програмування являє собою процес впливу на людину з метою впливу на її психіку, а отже і на поведінку. «Нейро» тут означає той факт, що наведене в результаті впливу поведінка є наслідком нервопсихологічних процесів, а «лінгвістичне» - те, що ці процеси управляються словом. Що ж до «програмування», то воно передбачає чітку організацію управлінських впливів на об'єкт впливу. Ця чіткість стосується й «зчитування» інформації з об'єкта шляхом його мовної поведінки, жестикуляції, голосових проявів, руху очей, дихання.

Модель НЛП включає в себе три поведінкових етапи впливу:

- спонукання об'єкта до відповідного бажаного поведінки
- налагодження та підтримання з ним процесу комунікації
- встановлення психологічного контакту з об'єктом

4) Метод лінгвістичного маніпулювання

Лінгвістичне (мовне) маніпулювання - це використання особливостей зика та правил його вживання з метою прихованого впливу на адресата в потрібному напрямку. Рекламисти досить часто користуються прийомами мовного маніпулювання, часом інтуїтивно, часом цілком усвідомлено.

5) Метод гіпнозу полягає в тому, що в ньому практично не віддають прямих наказів, просто щось коментують, про щось запитують, радяться з партнером по спілкуванню. Разом з тим застосовувані мовні стратегії дозволяють отримувати результат і отримувати свідомого опору наказу. Основними техніками гіпнозу є припущення, використання протилежностей, ілюзія вибору та інше [2].

Неабияке значення в рекламі має її колір, форма, а також зображення і текст які вона містить.

Згідно з результатами, отриманими в ході численних психологічних експериментів, вченими був зроблений висновок, що колір певним чином впливає на сприйняття людиною ваги, температури та віддаленість об'єкта. Колір не тільки викликає відповідну реакцію людини в залежності від її емоційного стану, а й певним чином формує його емоції.

Також було науково встановлено, що форма, як і колір, емоційно впливає на людину. Психологам добре відомі деякі прийоми залучення уваги людей за рахунок форми. Зокрема, ефективним способом залучення уваги є виділення за якою-небудь ознакою одного елемента серед інших. Певний вплив на сприйняття інформації надають лінії. Вважається, що вертикальні або горизонтальні прямі лінії асоціюються зі спокоєм, ясністю і навіть солідарністю, а вигнуті - з

витонченістю і невимушеністю.. Зигзагоподібні лінії передають враження різкої зміни, концентрації сили, швидкого вивільнення енергій. Незбалансовані форми викликають відчуття дискомфорту. Нехитрі і симетричні форми «прочитуються» набагато швидше за інших, привертають увагу.

Текст для будь-якої реклами повинен бути простим і лаконічним. Короткі фрази, що містять одну просту думку, діють набагато переконливіше й міцніше утримуються в свідомості людини.

Нерідко в рекламних оголошеннях зображенню віддають першорядне значення, так як роль їх використання досить велика. Ілюстрації самі по собі здатні утримувати величезний обсяг інформації, що дозволяє скоротити текст до мінімуму. Сприймається така інформація значно швидше і краще запам'ятовується. Та й по емоційному впливу текст також не може конкурувати із зображеннями. Тому, інформація, закладена в зображенні, сприймається швидше і легше [3].

Отже, вплив реклами на людину з кожним днем збільшується, зокрема завдяки використанню певних особливостей людської психології в рекламі. Проте реклама є необхідним елементом ринку головною метою якої є прагнення продати товар, проінформувати споживачів про свою продукцію і тим самим отримати більший прибуток.

#### *Список використаних джерел:*

1. Набока І. Б. Психологічний вплив реклами. 2016
2. Турзаєва Ю.С. Вплив реклами на свідомість споживачів: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2017.
3. Шевелюк Н.О. Психологічний вплив реклами на споживача: Черкаський Національний університет імені Богдана Хмельницького. 2016.

**Полуда Т.А.**, магістр  
**Стеценко В.А.**, к.е.н., доцент кафедри  
маркетингу Національний університет харчових  
технологій, м. Київ, Україна

## **ПРОСУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ SMM ІНСТРУМЕНТІВ**

Соціальні медіа назавжди змінили методи та способи ведення бізнесу в 21 столітті. Комунікація з клієнтами та їх залучення на індивідуальному рівні посідають одне із провідних принципів роботи компаній незалежно від їх річного обороту, термінів існування та кількості працівників. Клієнти прагнуть отримувати зворотній зв'язок на свій запит без затримки і переважно обирають компанію, яка зреагувала швидше.

Підприємці, які тільки створюють свій бізнес чи розвивають стартап-проект, прагнуть швидко та ефективно отримати прихильність користувача та фінансовий результат. В умовах сучасності вони мають багато варіантів, як це реалізувати і переважна їх більшість зосереджена навколо інтернет можливостей та онлайн сервісів, які розвиваються щодня і дають все більше і більше варіантів.

Інструмент, який сьогодні набирає неабиякої популярності є SMM технології та їх інструменти. SMM – це social media marketing, що означає маркетинг в соціальних медіа. В умовах українського ринку, він знаходиться лише на стадії активного розвитку, тому його відносять до нестандартних, але дуже перспективних[1]. Ми можемо спостерігати ситуацію, коли компанія повністю відмовляється від класичного сайту та використовує лише соціальні мережі. Що пов'язано із невеликими вкладеннями для просування, зручний спосіб використання та популярність цього напрямку.

В загальному значенні SMM це просування товарів та послуг в соціальних мережах. Основним завданням даного інструменту є приваблення відвідувачів на сайт через соціальні мережі, групи, блоги, щоденники та форуми. Всі перераховані платформи – сучасний спосіб для взаємодії з цільовою аудиторією. SMM технології допомагають підвищити впізнаваність бренду, зацікавити споживачів у продукті та допомагають підтримувати зв'язок із потенційними клієнтами. Експерти порівнюють аудиторію соціальних мереж з аудиторією телевізійних каналів, але визначають її більш активною та уважною[1].

Сьогодні соціальні мережі перестали бути лише способом обміну інформацією та комунікацією. Вони стають торговими майданчиками, де споживач може безпосередньо придбати продукцію, чи послугу. Для досягнення високого охоплення аудиторії та поставлених цілей, на етапі створення стартапу, необхідно розробити SMM-стратегію, яка міститиме чіткий план реалізації. Це може бути самостійно створений план, або за допомогою SMM-менеджера чи окремої компанії. Нижче розглянуто 5 важливих інструментів, які допоможуть створити успішний комерційний профіль в соціальних мережах.

Один із зручних інструментів, який дає можливість структурувати методи та способи реалізації SMM-стратегії є «Мейндмепи» – це інструмент, який допомагає наглядно показати, публікації якого характеру та в якому порядку, компанії планує розмішувати у себе на сторінці. Створити таку карту можна за допомогою сервісів Drichard, SimpleMind (найпростіший), iThoughts (містить більший об'єм функцій), або Mindjet, який можна синхронізувати з Outlook чи Excel [3]. Даний інструмент допоможе запобігти використанню однотипних публікацій за змістом та завданням (завдання може бути надати інформацію, продати товар та розважити аудиторію). Наступним важливим інструментом, який на стадії становлення стартапу є необхідність, – це безкоштовні сервіси з онлайн-дизайну. Візуальне оформлення дуже важливе, коли потрібно швидко відредагувати картинку, а дизайнер відсутній можна скористатися Pixlr, це безкоштовний аналог Photoshop, який поповнює великий набір фільтрів, шрифтів та функцій.

Хештеги є дуже корисним інструментом SMM, з їх допомогою можна відсортувати всі публікації, за певною темою, хештеги відмінно працюють в Інстаграмі, Твітері та Фейбук. Існує багато сервісів, які допомагають підібрати якісні теги, їх використання може привабити користувачів, які роблять запити, хештеги мають бути прямолінійно пов'язані із темою сторінки, яка просувається.

Для вибору найвдаліших варіантів існують платформи Hashtagify та Webstame. Додатково вони аналізують ефективність обраних тегів [4].

Створення «голосу» для свого профілю, даний інструмент можна віднести більше до трендів 2019-2020 років, одним із проявів такого тренду є пісня, або певний голос, який супроводжує публікації, це додає впізнаваності компанії та виділення серед конкурентів.

Похідним аудіо інструментів є використання Stories, або «Історії». Такий формат комунікації це заклик до дії тут і зараз, так як вони можуть бути доступні лише протягом певного часу. Популярність такого інструменту веде, до того що в майбутньому прями ефіри та відеостріми стануть найзручнішим способом комунікації. Популярність такого формату комунікації із клієнтом ґрунтується на створенні довірливого ставлення, коли клієнт на власні очі бачить людину, яка стоїть за створенням продукту чи його продажем. Використання цього інструменту, в майбутньому допоможе створити «особистий бренд» підприємця, який стоїть за створенням та розвитком стартапу.

Доступність інформації та безкоштовні сервіси для просування та оцінки сторінки надають перевагу молодим підприємцям, які прагнуть розвинути стартап-проект використовуючи SMM-інструменти. Головне дослідити систему роботи перспективної соціальної мережі, визначити план роботи та підібрати SMM інструменти для його реалізації і закороткий проміжок часу компанія отримає позитивний фінансовий результат від витрачених зусиль.

#### *Список використаних джерел:*

1. Записки Маркетолога [Електронний ресурс] – Режим доступа: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_s/social\\_media\\_marketing/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/).
2. Leadmachine [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://leadmachine.ru/2017/01/12/15-poleznych-instrumentov-smm-specialista/>.
3. Statusbrew Blog [Електронний ресурс] – Режим доступа: <https://blog.statusbrew.com/instrumenty-smm/>.
4. Аглиуллина И. Р. Разработка и реализация SMM-стратегии // Инновационные технологии нового тысячелетия. Уфа, 2016. С. 38-40.

**Тоцька О. Л.**, к. е. н., доцент  
Східноєвропейський національний  
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

### **СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ЗВО УКРАЇНИ**

Кожен заклад вищої освіти (ЗВО) може внести свій вклад у поступальний розвиток вітчизняної вищої освіти за допомогою розробки та реалізації власних стратегій розвитку. Зауважимо, що стратегія – це комплексна управлінська модель, спрямована на розвиток підприємства у майбутньому в умовах невизначеності ринкового середовища [1, с. 15]. На нашу думку, стратегії підприємств можна адаптувати до умов ЗВО. Зокрема, на рис. 1 подамо їхню класифікацію за різними ознаками.

## Система стратегій розвитку ЗВО України

<i>1) стратегії за ієрархією в системі управління:</i>
корпоративна; ділова; функціональна; операційна;
<i>2) стратегії за функціональним критерієм:</i>
маркетингова; надання послуг (виробнича); фінансова; організаційна; соціальна;
<i>3) стратегії за стадіями життєвого циклу діяльності:</i>
зростання (інтенсивне зростання; інтеграційне зростання; диверсифікація); утримання; скорочення;
<i>4) стратегії за конкурентною позицією на ринку освітніх послуг:</i>
лідера (постійного наступу; захисту та зміцнення позицій; перетворення ЗВО-претендентів на послідовників); претендента; послідовника; новачка;
<i>5) стратегії за способом досягнення конкурентних переваг:</i>
мінімальних витрат; диференціації; зосередження;
<i>6) стратегії за рівнем глобалізації діяльності:</i>
вужької спеціалізації; диверсифікації;
<i>7) стратегії за характером поведінки на ринку освітніх послуг</i>
активна; пасивна (рецептивна; адаптивна).

**Рис. 1.** Система стратегій розвитку ЗВО України

Джерело: укладено автором на основі [2, с. 28–32].

Отже, *корпоративна стратегія* – це стратегія найвищого рівня для багатопрофільних (класичних) ЗВО та сфер їх діяльності в цілому. Згідно неї, адміністративно-управлінський апарат ЗВО повинен створити й керувати високопродуктивним портфелем підрозділів; досягати синергізму серед споріднених підрозділів і перетворювати його на конкурентну перевагу; визначати інвестиційні пріоритети та спрямовувати корпоративні ресурси у найпривабливіші сектори надання освітніх послуг. Зокрема в [3], до структурних підрозділів ЗВО віднесено: 1) факультети; 2) кафедри; 3) бібліотеку; 4) навчально-наукові інститути; 5) наукові, навчально-наукові, науково-дослідні, науково-виробничі та проектні інститути, навчально-науково-виробничі центри (сектори, частини, комплекси тощо), дослідні станції, конструкторські бюро, відділи аспірантури і докторантури, навчально-виробничі комбінати, експериментальні підприємства, клінічні бази закладів медичної освіти, університетські клініки та лікарні, юридичні клініки, полігони, наукові парки, технопарки, оперні студії, навчальні театри, філармонії, інші підрозділи, що забезпечують практичну

підготовку фахівців певних спеціальностей та/або проводять наукові дослідження; б) підготовчі відділення (підрозділи), підрозділи перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, інститути післядипломної освіти, лабораторії, навчально-методичні кабінети, комп'ютерні та інформаційні центри, навчально-виробничі та творчі майстерні, навчально-дослідні господарства, виробничі структури, видавництва, спортивні комплекси, заклади культурно-побутового призначення, центри студентського спорту; 7) спеціальний навчально-реабілітаційний підрозділ, який утворюється з метою організації інклюзивного освітнього процесу та спеціального навчально-реабілітаційного супроводу здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами, забезпечення їм доступу до якісної вищої освіти з урахуванням обмежень життєдіяльності; 8) філії; 9) інші підрозділи.

*Ділова стратегія* – це стратегія найвищого рівня для профільних ЗВО (аграрних, технічних, технологічних, медичних, педагогічних, економічних, юридичних, мистецьких, військових, спортивних) або стратегія другого рівня для багатопрфільних ЗВО (рівень окремих підрозділів, напр., факультетів). Вона полягає в розробці заходів, спрямованих на посилення конкурентоспроможності та збереженні конкурентних переваг; формуванні механізму реагування на зовнішні зміни; об'єднанні стратегічних дій основних підрозділів; вирішенні специфічних питань і проблем, пов'язаних із наданням освітніх послуг.

*Функціональна стратегія* існує окремо для кожного функціонального напрямку діяльності багатопрфільного чи профільного ЗВО (маркетингова; надання послуг (виробнича); фінансова; організаційна; соціальна). Вона спрямовується на підтримку ділової стратегії та досягнення поставлених цілей.

*Операційна стратегія* є вужчою стратегією для окремих структурних підрозділів (кафедр тощо) та окремих відділів (всередині функціональних напрямів). Вона повинна вирішувати специфічні проблеми, пов'язані з досягненням поставлених перед окремими підрозділами ЗВО цілей.

*Маркетингова стратегія* – загальний план узгодження маркетингових цілей ЗВО та його можливостей, дослідження національного, європейського та світового ринків освітніх послуг і вимог абітурієнтів, визначення на цій основі тих спеціальностей, які мають найбільшу цінність для абітурієнтів і найкращі перспективи їх залучення.

*Стратегія надання послуг (виробнича)* – це загальний план нарощування потужностей для надання освітніх послуг і матеріально-технічного забезпечення освітнього процесу відповідно до маркетингової стратегії ЗВО.

*Фінансова стратегія* – це загальний план визначення фінансових потреб і фінансових результатів, а також альтернативного вибору джерел фінансування (кошти загального та спеціального фондів) з метою мінімізації вартості капіталу та максимізації прибутку.

*Організаційна стратегія* формується під впливом потреб менеджменту. До її складу повинен входити штатний розпис ЗВО – кількість посад адміністративно-управлінського, професорсько-викладацького складу, іншого науково-педагогічного персоналу, навчально-допоміжного персоналу, адміністративно-обслуговуючого персоналу тощо.

*Соціальна стратегія* розробляється ЗВО під впливом суспільства, його соціальних груп та інститутів. Вона повинна бути спрямована на захист прав учасників освітнього процесу, зокрема створення максимально комфортних умов для навчання, відпочинку та проживання осіб, які навчаються у ЗВО і водночас для роботи наукових, науково-педагогічних і педагогічних працівників.

*Стратегія зростання* характерна для тих ЗВО, діяльність яких лише починається або розвивається. Вона передбачає вибір цільових сегментів, посилене інвестування, науково-дослідні розробки й освітні інновації. Виділяють три її основні різновиди: 1) стратегія інтенсивного (органічного) зростання – розширення присутності на ринку освітніх послуг, розвиток діяльності загалом і послуг зокрема; 2) стратегія інтеграційного зростання – об'єднання або поглинання інших ЗВО (вертикальна чи горизонтальна інтеграція); 3) стратегія диверсифікації – намагання ЗВО захопити найбільшу частку ринку освітніх послуг, інвестування коштів з надією отримати у майбутньому великі прибутки.

*Стратегія утримання* – це стратегія ЗВО, діяльність яких досягнула зрілості. Вона полягає в захисті своїх позицій від конкурентів, зниженні витрат і цін, пошуку нових ринків надання освітніх послуг. Стратегія утримання пов'язана із здійсненням вибіркового інвестування й утриманням балансу між доходами та витратами.

*Стратегія скорочення* передбачає комплексні дії щодо поступового згортання діяльності, що перейшла у завершальну стадію життєвого циклу. Можливі різні лінії поведінки – зниження цін і активізація маркетингових зусиль з метою продовження життєвого циклу або припинення будь-якого інвестування та реалізація стратегії «жнив» (отримання максимального прибутку від надання послуг і продажу активів).

*Стратегія лідера* передбачає підтримання становища на ринку освітніх послуг і зміцнення конкурентних позицій. Слід зазначити, що свою конкурентну позицію на ринку освітніх послуг ЗВО можуть визначити на підставі різноманітних рейтингів ЗВО України. Зокрема, освітній портал Osvita.ua формує такі рейтинги: консолідований рейтинг вишів України; ТОП-10: Кращі класичні університети України; ТОП-10: Кращі приватні виші України; ТОП-10: Кращі київські виші; ТОП-10: Кращі виші регіонів України; ТОП-10: Кращі педагогічні виші; ТОП-10: Кращі медичні виші; кращі навчальні заклади областей України [4].

Для лідерів у сфері вищої освіти можливі три стратегічні лінії поведінки: 1) стратегія постійного наступу (ЗВО дотримується концепції безперервного удосконалення й інноваційного розвитку); 2) стратегія захисту та зміцнення позицій (ЗВО намагається перешкодити ЗВО-новачкам увійти до галузі, створюючи штучні бар'єри, а ЗВО-претендентам – отримати конкурентні переваги); 3) стратегія щодо перетворення ЗВО-претендентів на послідовників (ЗВО здійснює конкурентний тиск на інші ЗВО, що претендують на лідерство, з метою змусити їх змінити агресивну стратегію на пасивну).

*Стратегія претендента (на лідерство)* – це, як правило агресивна стратегія, спрямована на створення своїх власних конкурентних переваг, таких,

яких не має лідера у галузі (наприклад, зниження витрат і цін, підвищення якості освітніх послуг тощо). Дуже рідко успіх приносить стратегія імітування поведінки лідера.

*Стратегія послідовника* (ЗВО, який не є лідером у галузі, і не прагне завоювати цю позицію) – це, пасивна, «оборонна» стратегія, спрямована на фокусування та диференціацію. ЗВО-послідовники не намагаються виграти конкурентну боротьбу у лідера, а лише посісти ті сфери, на які у лідерів не вистачає ресурсів або які не належать до сфери їх стратегічних пріоритетів.

*Стратегія новачка* (ЗВО, який намагається увійти у цю сферу) – залежить від здатності подолати вхідні бар'єри галузі (наприклад, високу точку беззбитковості). Якщо ЗВО-новачок має значні фінансові ресурси, він може реалізувати стратегію наступу, концентруючись на певних сегментах ринку і цілеспрямовано добиваючись зниження витрат або диференціації освітніх послуг. Іноді доцільно дотримуватися стратегії наступу за рахунок придбання приватних ЗВО, які давно існують, та використання набутого ними конкурентного потенціалу у власних цілях.

*Стратегія мінімальних витрат* полягає у прагненні досягти мінімуму сукупних витрат на одиницю наданої послуги й отримати прибуток вище середнього у галузі, незважаючи на наявність сильних чинників конкуренції. Таке становище захищає ЗВО від суперництва конкурентів, оскільки завдяки низьким витратам воно може одержувати прибутки навіть після того, як конкуренти їх втратили в процесі боротьби за ринок.

*Стратегія диференціації* полягає у виведенні на ринок такої освітньої послуги, яка сприймається у межах галузі як щось унікальне, відмінне від інших пропозицій. Диференціація є надійною стратегією для досягнення прибутковості вище середньої у галузі, оскільки гарантує (на певний час) захист від конкуренції. Вона є корисною до тих пір, поки конкурентами не створено аналогічну послугу.

*Стратегія зосередження* може набувати багатьох форм і полягає у фокусуванні уваги на конкретній групі споживачів, сегменті ринку, номенклатурі послуг або ж на географічному регіоні. Її мета – найкраще обслуговувати конкретну цільову групу і досягти конкурентних переваг у вузькому секторі. У більшості випадків ЗВО, що зосереджується на вузькому сегменті, досягає ефекту диференціації та мінімальних витрат порівняно із ЗВО, які обслуговують весь ринок.

*Стратегія вузької спеціалізації* характерна для більшості ЗВО, які розпочинають свою діяльність, але залишається актуальною лише для деяких з них на стадії перетворення у великі ЗВО. Ця стратегія має низку корисних переваг, пов'язаних з організацією й управлінням (спеціалізація, глибокі знання галузі, тісні зв'язки з споживачами тощо), але є ризикованою для ЗВО – якщо галузь потрапляє в кризу, ЗВО потерпає від збитків або банкрутує.

*Стратегія диверсифікації* передбачає розвиток діяльності у декількох сферах чи галузях, пов'язаних чи непов'язаних одна з одною технологічно. У деяких випадках диверсифікація набуває інших форм, наприклад, багатонаціональна диверсифікація (ЗВО розвиває діяльність у різних країнах).



Питання про запровадження стратегії диверсифікації виникає, як правило, у тих ЗВО, які починають думати про глобальне зростання та «страхування» свого прибутку. Диверсифікований ЗВО, який має підрозділи, що працюють у різних галузях, не дуже відчуває вплив ринкової кон'юнктури на якомусь окремому ринку – збитки в одній галузі компенсуються прибутками в інших.

*Активна (наступальна, експансивна) стратегія* характеризується: 1) диверсифікацією (постійним розширенням діяльності ЗВО); 2) технологічною орієнтацією (ЗВО розробляє нові послуги, а потім оцінює можливості ринку); 3) наступальністю (бажанням випередити конкурентів у формуванні та продажу нової послуги).

*Пасивна (реактивна) стратегія* характеризується: 1) концентрацією діяльності ЗВО на визначеній сфері; 2) ринковою орієнтацією (ЗВО спочатку вивчає запити споживачів, а потім визначає можливості для пропозиції послуги, яка може задовольнити ці запити); 3) обороною (ЗВО захищає свою частку ринку шляхом оновленням послуг у відповідь на дії конкурентів). Пасивний вид стратегії може набувати двох форм: рецептивної та адаптивної. Для рецептивної стратегії характерне обмеження інновацій, використання вже перевірених управлінських рішень і методів. Адаптивна стратегія має на меті утриматися серед новаторських організацій шляхом негайного використання нових рішень, зразків тощо [2, с. 28–32].

Слід зазначити, що із наведеного переліку стратегій кожен ЗВО повинен обрати ті, які відповідають його досягнутому рівню та цілям розвитку, а також враховують умови функціонування, таким чином сформувавши свій стратегічний набір.

#### ***Список використаних джерел***

1. Фаріон І. Д. Стратегічний аналіз: навч. посіб. для студ. і аспірантів. Тернопіль: ТНЕУ, 2009. 635 с.
2. Стратегічне управління: навч. посіб. для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент» / О. Б. Гевко, Н. М. Шведа. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. 152 с.
3. Про вищу освіту: Закон України від 01 лип. 2014 р. № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 19.06.2019).
4. Рейтинги ВНЗ. *Osvita.ua*: веб-сайт. URL: <http://osvita.ua/vnz/rating/51741/> (дата звернення: 02.09.2019).

**Філіна С. В.**, к.е.н, доцент кафедри менеджменту

**Пономаренко Н. С.**, студентка магістратури  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,  
м. Полтава, Україна

#### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ**

У сучасних умовах розвитку національної економіки суттєвим і актуальним є конкурентоспроможний персонал і ефективність соціально-трудова відносин, оскільки кадрова політика є важливою складовою стратегії діяльності

підприємства. Функціонування в умовах конкуренції, ризику, господарської самостійності вимагає від підприємств різних галузей і форм власності все більшої уваги до питань ефективної кадрової політики.

Основна мета кадрової політики полягає у забезпеченні оптимального балансу процесів оновлення і збереження чисельного і якісного складу персоналу відповідно до потреб самої організації, вимог чинного законодавства та стану ринку праці.

Під політикою організації, як правило, розуміється система правил, відповідно до якої діють люди, що входять в організацію. Найважливіша складова частина стратегічно орієнтованої політики організації – її кадрова політика, яка визначає філософію і принципи, реалізовані керівництвом щодо людських ресурсів. Мета кадрової політики – забезпечення оптимального балансу процесів оновлення і збереження чисельного і якісного складу персоналу відповідно до потреб самої організації, вимог чинного законодавства та станом ринку праці.

Основними завданнями, що вирішують структури управління персоналом, є: планування потреби підприємства в трудових ресурсах, пошук і добір потрібних працівників, навчання і підвищення їх кваліфікації, управління трудовою мотивацією, створення умов для підвищення продуктивності праці, контроль за зміною статусу працівників, правові питання трудових відносин.

Кадрова політика набуває все більш важливе значення як фактор підвищення конкурентної спроможності, довгострокового розвитку. Більшість спеціалістів формулюють сучасну концепцію управління людськими ресурсами достатньо широко, підкреслюючи і відмінності за критеріями оцінки ефективності (більш повне використання потенціалу робітників, а не мінімізація витрат); за ознакою контролю (самоконтроль, а не зовнішній контроль); по переважній формі організації (органічна, гнучка форма організації, а не централізована бюрократична)

Над проблемами формування кадрової політики та управління персоналом в різних аспектах працювали як зарубіжні так і вітчизняні вчені, але чимало питань залишаються актуальними для вивчення і в наш час.

Наприклад, О. В. Крушельницька і Д. П. Мельничук вважають, що: «Кадрова політика – це сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з формування, відтворення, розвитку та використання персоналу, створення оптимальних умов праці, його мотивації та стимулювання» [1, с. 73]. На думку А. К. Саакяна, «... кадрова політика – система цілей, принципів і форм, методів і критеріїв роботи з персоналом, причому розповсюджується це положення на весь колектив зайнятих, у межах якого здійснюється управління» [2, с. 99].

Більш широке трактування кадрової політики з акцентом на методологічну, концептуальну сторону цього поняття подано у роботах В. Р. Весніна. Він розглядає кадрову політику як «систему теоретичних поглядів, ідей, вимог, принципів, що визначають основні напрями роботи з персоналом, її форми і методи» [3, с. 41].

Мордовін С. К. вважає, що політика у сфері людських ресурсів – це звіт

правил, положень, стандартів по роботі з персоналом [4, с. 63].

Діяльнісний підхід до формулювання кадрової політики наголошується в роботах Н. А. Чиждова і В. А. Співака. На думку Н. А. Чиждова, «кадрова політика підприємства, фірми – це комплекс організаційних і змістовних заходів, спрямованих на ефективне використання здібностей і професійних навичок кожного окремого працівника у реалізації кінцевих цілей організації» [5, с. 59].

Аналізуючи тлумачення різних вчених, можемо зробити висновок, що кадрова політика являє собою, специфічний набір основних принципів, правил і цілей роботи з персоналом, узгоджених зі стратегією підприємства, яких дотримуються усі співробітники підприємства.

Під кадровою роботою в даний час розуміється єдність двох основних заходів [6, с. 83-84]:

- забезпечення підрозділів організації необхідною і якісною робочою силою;
- забезпечення мотивації персоналу на досягнення високих результатів трудової діяльності.

Кадрова політика має за головну мету забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади і робочого місця персоналом належної кваліфікації.

Основними завдання кадрової політики є [7, с. 18]:

- своєчасне забезпечення підприємства персоналом необхідної якості і у достатній кількості;
- забезпечення умов реалізації передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян;
- раціональне використання трудового потенціалу;
- формування і підтримання ефективної роботи трудових колективів.

Кадрова політика може здійснюватися за такими головними напрямками [8, с. 4-6]:

- прогнозування створення нових робочих місць з врахуванням впровадження нових технологій;

- розробка програми розвитку персоналу з метою вирішення як поточних, так і майбутніх завдань організації на основі вдосконалення системи навчання і посадового переміщення працівників;

- створення сучасних систем найму та відбору персоналу;
- здійснення маркетингової діяльності в галузі персоналу;
- формування концепції оплати праці і морального стимулювання працівників;

- забезпечення рівних можливостей праці, її безпеки та рівних умов;
- визначення основних вимог до персоналу в межах прогнозу розвитку підприємства;

- формування нових кадрових структур і розробка процедур управління персоналом;

- покращення морально-психологічного клімату в колективі, залучення рядових працівників до управління підприємством.

Отже, кадрова політика направлена на формування такої системи роботи з кадрами, яка б орієнтувалась на одержання не тільки економічного, але й

соціального ефекту, при умові діючого законодавства, нормативних актів і урядових рішень.

Відповідно до загальних вимог кадрова політика має бути: узгодженою зі стратегією розвитку підприємства; достатньо гнучкою; економічно обґрунтованою, виходити з реальних фінансових можливостей підприємства.

Кадрова політика є відображенням суспільних соціально-економічних процесів, що відбуваються в зовнішньому середовищі, які трансформуючись крізь систему організаційних пріоритетів та цілей приймають форму конкретної управлінської моделі в сфері формування та використання кадрового потенціалу підприємства.

Таким чином, кадрова політика є складовою частиною всієї управлінської діяльності та виробничої політики організації. Вона має на меті створити згуртовану, відповідальну, високорозвинену і високопродуктивну робочу силу.

Кадрова політика повинна створювати не тільки сприятливі умови праці, але забезпечувати можливість просування по службі і необхідну ступінь впевненості в завтрашньому дні. Тому, основним завданням кадрової політики підприємства є забезпечення у повсякденному кадровій роботі врахування інтересів всіх категорій працівників і соціальних груп трудового колективу.

#### *Список використаних джерел:*

1. Крушельницька О. В. Управління персоналом [Текст]: [Навчальний посібник] / Крушельницька О. В. Мельничук Д. П. – 2е изд., перераб. і доп. – К., «Кондор». – 2005. – 308 с.
2. Саакян А. К. Управление персоналом в организации [Текст]: [учеб. пособие] / Саакян А. К., Зайцев Г. Г., Лашманова Н. В., Дягилева Н. В. – СПб.: Питер, 2001. – 356 с.
3. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала [Текст]: [Пособие по кадровой работе] / Веснин В. Р. – М.: Юристъ, 2003. – 150 с.
4. Мордовин С. К. Управление человеческими ресурсами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 16 [Текст] / Мордовин С. К. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 288 с.
5. Чижов Н. А. Кадровые технологии [Текст] / Чижов Н. А. – М.: Экзамен, 2000. – 352 с.
6. Щёкин Г. В. Основы кадрового менеджмента [Текст]: [Учебник] / Щёкин Г. В. – 5-е изд., стереотип. – К.: МАУП, 2004. – 280 с.
7. Калашникова Л. Социальное развитие и кадровая политика [Текст] / Калашникова Л., Алексеева Ю. // Служба кадров. – 2002. – № 7. – С. 18.
8. Ларионов К. М. Кадровая политика на предприятии / Ларионов К. М. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [//www.e-prof.ru/jurnal/companii\\_i\\_tehnologi/it\\_kadri.htm](http://www.e-prof.ru/jurnal/companii_i_tehnologi/it_kadri.htm). – Заголовок з екрану.

**Філіна С. В.**, к.е.н, доцент

**Захарченко Л. Д.** студентка магістратури  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет  
економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах управління персоналом підприємства відіграє ключову роль, так як ефективність використання трудового потенціалу підприємства обумовлює його стійкість, успішність функціонування та перспективи розвитку.

Необхідною ланкою системи управління персоналом є адаптація співробітників на робочому місці. Правильно вибудований процес адаптації, з одного боку, – знімає багато негативних факторів внутрішнього середовища на підприємстві, а з іншого – є хорошим мотиваційним інструментом.

На сьогодні актуальність дослідження обумовлена необхідністю узагальнення даних, накопичених в цій сфері, більш широкого розгляду процесу введення новачка в організацію з урахуванням особливостей не тільки організаційного середовища, а й психологічних ресурсів людини, а також практичним запитом кадрових служб на пошук додаткових можливостей для управління і прогнозування результатів первинної адаптації персоналу. Тому, основна проблема дослідження полягає, перш за все, в необхідності вивчення психологічних ресурсів адаптації співробітників різних організацій в умовах сформованої організаційної культури, а також у виділенні тих соціально-психологічних характеристик персоналу, які пов'язані з успішністю початкового етапу організаційної соціалізації.

Проблема адаптації вперше висунута і обґрунтована представниками зарубіжної школи біології Ж. Б. Ламарком, Ж. Сент-Ілером, Ч. Дарвіном. Вони розглядали адаптацію як пряме пристосування живих істот до умов навколишнього середовища [1, с. 169].

Термін «адаптація» застосовується в різних галузях науки. У соціології та психології виділяють соціальну і виробничу адаптацію. Певною мірою ці два види адаптації перетинаються один з одним, але кожна з них має і самостійні сфери застосування: соціальна діяльність не замикається на виробництві, а виробнича – включає і технічні, і біологічні, і соціальні аспекти.

У широкому розумінні адаптація – процес пристосування працівника до умов зовнішнього і внутрішнього середовища. Це нелінійний та багатовекторний процес, що супроводжується змінами в різних сферах функціонування працівника [2, с. 465].

Узагальнюючи існуючі елементи структури адаптації, слід зазначити, що це складний процес поступового пристосування співробітника та підприємства один до одного, який має на меті не лише успішне оволодіння працівником новою посадою, пристосування до колективу, виробничої діяльності та нових умов праці, а й системні зміни у сприйнятті та свідомості працівника.

На думку М. Ю. Кондратьєва, адаптація – це процес пристосування індивіда до соціального середовища організації, ефективність якого визначається співвідношенням його професійних якостей з рівнем потреби організації в них [3, с. 38].

Аналізуючи визначення, більшості авторів, можна дійти висновку, що основна схожість полягає в тому, що адаптація персоналу, в першу чергу, розуміється як процес, в ході якого відбувається пристосування нового співробітника до різних аспектів діяльності в організації. Відмінність в розумінні цього процесу різними дослідниками та фахівцями, криється в трактуванні цього процесу як одностороннього (з позиції новачка) або взаємного (з позиції організації та нового робітника), а також у розгляді механізмів, що лежать в основі (навчання, інформування, ідентифікація, зміна установок і поведінки).

Управління процесом адаптації персоналу – це активний вплив на чинники, що визначають її хід, терміни, зниження несприятливих наслідків і т. д. Система адаптації являє собою комплекс необхідних дій для нових робітників будь-якого рівня. Система управління адаптацією добре сформульована у А. Я. Кибанова і може бути представлена у вигляді схеми, відображеної на рис. 1. [4, с. 216].



Рис. 1. Системи управління адаптацією персоналу організації

Управління адаптацією – це активний вплив на фактори, від яких залежить проходження та терміни адаптації. Необхідність управління адаптацією обумовлюється значними втратами як для підприємства, так і для працівника, що доведено досвідом багатьох зарубіжних і вітчизняних підприємств [5, с. 213].

Розробка заходів, що позитивно впливають на адаптацію персоналу, передбачає знання як суб'єктивних характеристик працівника (стать, вік,

психофізіологічні характеристики, освіта, стаж та ін.), так і чинників робочого середовища, характеру їх впливу (прямий або непрямий) на показники і результати адаптації.

Успішність процесу адаптації персоналу залежить від цілого ряду умов, головними з яких є:

якісний рівень роботи з професійної орієнтації потенційних співробітників;

об'єктивність ділової оцінки персоналу (як при відборі, так і в процесі трудової адаптації працівників);

відпрацьованість організаційного механізму управління процесом адаптації;

престиж і привабливість професії, роботи з певної спеціальності саме в даній організації;

особливості організації праці, що реалізують мотиваційні установки робітника;

наявність відпрацьованої системи впровадження нововведень;

гнучкість системи навчання персоналу, діючої всередині організації;

особливості соціально-психологічного клімату, що склався в колективі;

особистісні властивості адаптованого робітника, пов'язані з його психологічними рисами, віком, сімейним станом тощо [21, с. 63].

Провівши аналіз використаних літературних джерел, можна відзначити, що адаптація працівника в організації є багатостороннім процесом його пристосування до змісту і умов трудової діяльності, до безпосереднього соціального середовища, вдосконалення ділових та особистих якостей працівника. Це процес, який вимагає як від працівника, так і від колективу взаємної активності і зацікавленості один в одному. У процесі їх взаємодії відбувається процес адаптації, організація якої повинна мати системний характер та наукову обґрунтованість.

#### *Список використаних джерел*

1. Мумладзе. – М.: Палеотип, 2014. – 410 с.
2. Патрахина Т. Н. К вопросу об адаптации персонала: теоретический аспект [Текст] / Т. Н. Патрахина, Ю. И. Ткаченко // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 464-466.
3. Кондратьев М. Ю. Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах [Текст] / Ред. – сост. Л. А. Карпенко; Под общ. ред. А. В. Петровского; М. Ю. Кондратьев. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 176 с.
4. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом [Текст]: [учеб.] / А. Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 304 с.
5. Лазарева С. С. Эффективная система адаптации персонала: компоненты и этапы построения [Текст] / С. С. Лазарева // Управление человеческим потенциалом. – 2007. – №03(11). – С. 212-220.

**Франчук О. Ф.**, студент  
ННЦ післядипломної  
освіти СНУ імені Лесі Українки  
**Науковий керівник: Колосок А. М.**  
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та  
інноваційної діяльності СНУ імені Лесі Українки

## **УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИМИ ВІДНОСИНАМИ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ**

Постановка проблеми. Соціально-трудові відносини є важливим елементом економічної системи, адже безпосередньо від їх ефективності залежить якість трудової діяльності, соціальна злагожденість у суспільстві, висока продуктивність праці та соціально-економічний прогрес. Формування правової, організаційної, інформаційної інфраструктури системи соціально-трудових відносин неможливе без навчання спеціалізованих фахівців, державних службовців, працівників, навичкам ефективного функціонування в умовах ринкового середовища.

Важливі економічні аспекти формування соціально-трудових відносин висвітлені у багатьох працях вітчизняних вчених. Зокрема, значний інтерес становлять наукові праці Васюти В. Б.[2], Ковалю Л. А.[2], Колоска А. М.[3], Кравця І. М.[4], Фоміна О. О.[5] та інших. Однак методологічне забезпечення і практика використання соціально-трудових відносин в умовах ринкової економіки, з метою підвищення їх ефективності не отримали остаточного визначення.

Мета дослідження. Метою роботи є дослідження теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності соціально-трудових відносин на підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів формування та реалізації соціально-трудових відносин на підприємстві.

Основними завданнями написання роботи є: розкрити сутність та значення соціально-трудових відносин на підприємстві; дослідити зарубіжний досвід функціонування соціально-трудових відносин; здійснити діагностику середовища функціонування організації; оцінити стан соціально-трудових відносин на підприємстві; розробити пропозиції щодо підвищення ефективності соціально-трудових відносин на підприємстві.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти, фінансова звітність підприємства, річні облікові та звітно-статистичні дані, результати авторських досліджень, фундаментальні дослідження провідних вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері соціально-трудових відносин, спеціалізовані літературні джерела та інше.

Результати дослідження. Нами визначено пріоритетні напрями підвищення ефективності соціально-трудових відносин на підприємстві, до них належать:



Вдосконалення колективного договору підприємства (зменшення тривалості робочого тижня (дня), оплата первинного та періодичного медичних оглядів, запровадження вільного робочого графіку, організація заходів культурно-просвітницького та розважального характеру, створення кімнати психологічного розвантаження, організація спортивних змагань серед працівників, поліпшення умов праці, встановлення системи кондиціонування, виплата матеріальної допомоги на оздоровлення, запровадження кімнати догляду за маленькими дітьми, організація медичного страхування, навчання та підвищення кваліфікації працівників, тощо...);

Співпраця в рамках соціального діалогу (співпраця з Федерацією роботодавців України, дотримання умов генеральної угоди, участь в укладанні галузевої угоди; співпраця з Федерацією профспілок України, участь у всеукраїнських профспілкових акціях та програмах; співпраця й відкритість з державними органами та службами (інспекції праці, служби з посередництва і примирення, фондів соціального страхування, тощо...));

Участь у фінансуванні соціально-відповідальних програм (програми з розбудови місцевої інфраструктури, благодійництво, соціально-етичний маркетинг);

Запровадження соціальної звітності на підприємстві (сертифікація підприємства згідно соціальних стандартів: AA1000, ISO 26000, OHSAS 18001, SA8000 тощо...).

Висновки. Уточнено поняття «соціально-трудова відносина», під яким ми пропонуємо розуміти сукупність правових, економічних, виробничих та соціальних відносин між державою, роботодавцем, найманим працівником та самозайнятим індивідом, які виникають в процесі праці та спрямовані на забезпечення високого економічного рівня життя та соціального захисту людини.

Формування та розвиток соціально-трудова відносин в суспільстві здійснюється під впливом значної кількості факторів, значимість яких обумовлюється історичною, економічною, соціокультурною та політичною складовими. Безпосередній вплив на соціально-трудова відносина здійснюють соціальна політика, глобалізація економіки, розвиток суспільної праці та виробництва.

Впровадження передового досвіду європейських країн дасть можливість підняти на новий рівень систему соціально-трудова відносин в Україні, та створити правову, соціальну державу.

#### *Список використаних джерел*

1. Васюта В. Б., Галайда Т. О., Ігуш Т. С. Зарубіжний досвід регулювання соціально-трудова відносин. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 21 С. 240-245.
2. Коваль Л. А. Особливості розвитку соціально-трудова відносин в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2015. № 2.
3. Колосок А. М. Аналіз соціально-трудова відносин на ринку праці Волинської області. Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. 2010. №5. С. 113-117.
4. Кравець І. М. Інноваційний розвиток економіки та соціально-трудова відносина. Економіка і суспільство. 2017. №11. С. 389-394.

5. Фоміна О. О. Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. 2013. № 3 (59). С. 46-56.

**Цибульський А.І.**, студент  
**Науковий керівник: Чуй І. Р.**, к.е.н., доцент  
 Львівський торговельно-економічний  
 університет, м. Львів, Україна

## ОЦІНЮВАННЯ ВИТРАТ І ЗАОЩАДЖЕНЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ

Витрати домогосподарства – сукупність платежів, які здійснюються домогосподарством з метою забезпечення його життєдіяльності, що включають витрати на придбання продовольчих і непродовольчих товарів та оплату послуг, інвестиційні витрати, податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти [1, С. 355].

За даними Державного комітету статистики середньомісячні сукупні витрати одного домогосподарства становили 8308 грн, міського – 8643 грн, сільського – 7619 грн і зросли порівняно з 2017р. відповідно на 16%, 18% та на 13%. У середньому на одну особу витрати становили 3938 грн на місяць, у міських домогосподарствах – 4155 грн, у сільських – 3511 грн [2].

Серед усіх сукупних витрат 92% становили споживчі витрати домогосподарств, що на 0,9 в.п. менше ніж у 2017 р. Частка витрат, не пов'язаних із споживанням, склала 8% усіх витрат домогосподарств, що на 0,9 в.п. більше ніж у 2017 р. (табл. 1).

*Таблиця 1*

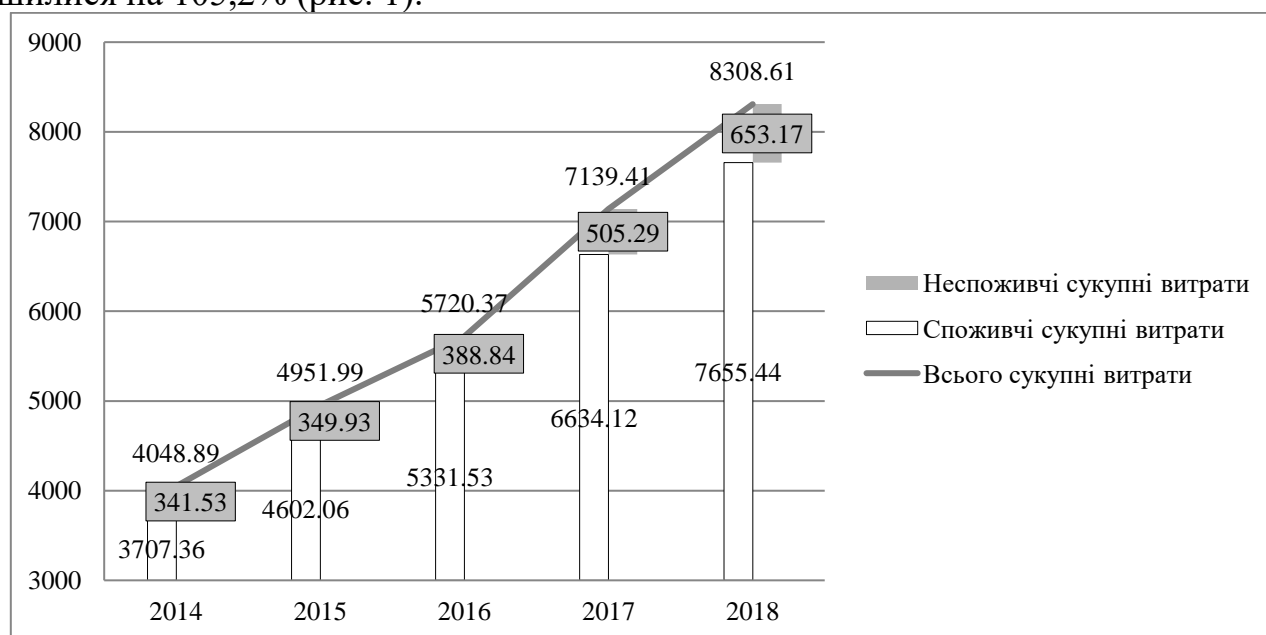
Структура сукупних витрат домогосподарств України за 2014-2018 рр.

Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення 2018 р. від 2014 р.
Сукупні витрати в середньому на одне домогосподарство за місяць, грн	4048,9	4952,0	5720,4	7139,4	8308,1	4259,2
<b>Структура сукупних витрат домогосподарств, %</b>						
<b>Споживчі сукупні витрати</b>	91,6	92,9	93,2	92,9	92,0	0,4
продукти харчування та безалкогольні напої	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7	-4,2
алкогольні напої, тютюнові вироби	3,4	3,3	2,9	3,1	3,4	0,0
непродовольчі товари та послуги	36,3	36,5	40,5	41,9	40,9	4,6
в тому числі: одяг і взуття	6,0	5,7	5,6	5,5	5,4	-0,6
житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	9,4	11,7	16,0	17,0	15,2	5,8
предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	2,3	2,0	1,7	2,0	2,1	-0,2
охорона здоров'я	3,6	3,7	4,2	3,8	4,0	0,4

транспорт	4,3	3,7	3,6	3,7	3,7	-0,6
зв'язок	2,8	2,4	2,3	2,4	2,6	-0,2
відпочинок і культура	1,8	1,5	1,4	1,6	1,8	0,0
освіта	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0	-0,1
ресторани та готелі	2,3	2,0	2,2	2,3	2,4	0,1
різні товари і послуги	2,7	2,7	2,5	2,5	2,7	0,0
<b>Неспоживчі сукупні витрати</b>	<b>8,4</b>	<b>7,1</b>	<b>6,8</b>	<b>7,1</b>	<b>8,0</b>	<b>-0,4</b>
<i>у т.ч.: оплата житла, комунальних послуг</i>	8,1	10,2	14,7	15,4	13,9	5,8

На харчування (включаючи харчування поза домом) домогосподарства витрачали майже половину всіх витрат. На купівлю непродовольчих товарів та послуг домогосподарства скеровували 39 % усіх сукупних витрат. Витрати на алкогольні напої та тютюнові вироби становили 3,4% витрат домогосподарств (у 2017р. – 3,1 %). У структурі витрат оплата житла, комунальних послуг становила 14% або 1155 грн на місяць. Розмір отриманих пільг та субсидій на оплату житла, комунальних продуктів та послуг у розрахунку на одне домогосподарство становив 282 грн у місяць або 24 % витрат на оплату житла, комунальних продуктів та послуг. Середній розмір призначеної субсидії на одне домогосподарство у грудні 2018р. зменшився порівняно з 2017р. і склав 713 грн.

Неспоживчі сукупні витрати домогосподарств складають незначну частку: від 8,4 % у 2014 р. до 8% у 2018 р. За період 2014-2018 рр. їх величина зросла із 341,53 грн до 653,17 грн або на 91%. У той же час споживчі витрати населення збільшилися на 105,2% (рис. 1).



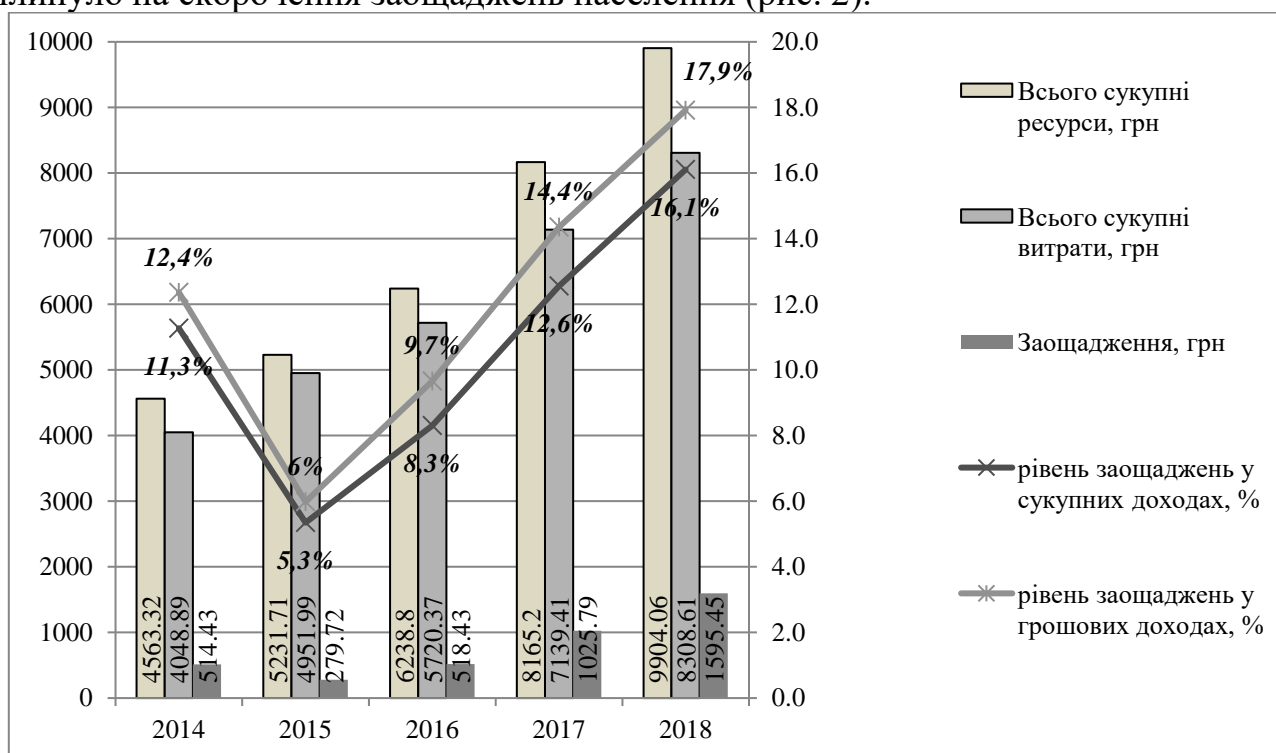
**Рис. 1. Витрати домогосподарств в Україні, грн (в середньому на одне домогосподарство за місяць)**

У складі споживчих витрат основну частину складають витрати на придбання товарів і послуг (у 2018 році 89,2% сукупних витрат), поточні податки на майно, доходи, інші сплачені поточні трансферти (9,4%), доходи від власності (сплачені) (0,9%) та заощадження (0,5%).

Дані Державного комітету статистики свідчать про домінування статті “Витрати на придбання товарів та послуг”, яка зростала вищими темпами ніж

загальні витрати та заощадження. Вочевидь, що інші статті витрат у порівнянні з цією майже не мають суттєвого значення (поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти – біля 9 %, доходи від власності (сплачені) – біля 1 %, приріст фінансових активів і нагромадження нефінансових активів – всього 0,5 %), що свідчить про недостатній рівень доходів населення, які майже повністю використовуються на споживання.

Негативні процеси, які мали місце в політичному та економічному житті країни, суттєво відобразилися на добробуті основних верств населення України. Поряд із зростання доходів українців мало місце також і збільшення витрат. Оскільки наявний дохід не підвищувався відповідно до розширення потреб населення, тому додаткове споживання було профінансоване за рахунок попередніх заощаджень. Даний факт вказує на те, що рівень зростання цін на товари, які купували пересічні громадяни за 2014-2015 роки значно підвищився, що вплинуло на скорочення заощаджень населення (рис. 2).



**Рис. 2. Динаміка доходів, витрат та заощаджень домогосподарств у 2014-2018 рр. (в середньому на одне домогосподарство за місяць)**

Найнижчим рівень заощаджень населення України був у 2015 році – всього 5,3% у сукупних доходах та 6 % у грошових доходах. Така ситуація була зумовлена високими девальваційними очікуваннями населення, недовірою до банківської системи у зв'язку із неплатоспроможністю багатьох установ банківської системи 2014-2016 рр. та в цілому наслідками фінансово-економічної кризи. Не останню роль у зниженні заощаджень громадян України відіграє рівень тіньової економіки, оскільки офіційна статистика охоплює далеко не всі фінансові активи пересічних українців. Значна частина коштів обертається поза банківським та фінансовим сегментом економіки.

Рівень заощаджень вітчизняних домогосподарств набагато менший від рівня заощаджень зарубіжних домогосподарств, що зумовлено кризою вітчизняної банківської системи, а також недовірою населення до банківських та небанківських фінансово-кредитних установ, низьким рівнем інвестиційної активності населення України та відсутністю економічних знань і фахового досвіду.

#### *Список використаних джерел*

1. Фінанси: підручник. [за ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова]. – К. : Знання, 2008. – 611 с.
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 році. Статистичний збірник. Частина I. – К. : Державна служба статистики України, 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Чебанова М.О.**, студентка

**Науковий керівник: Синиціна Ю.П.**, к.т.н., доцент  
Національна металургійна академія України, України

### **ОЦІНКА ЕКОЛОГІЧНОЇ СИТУАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗВИКОРИСТАННЯМ SWOT-АНАЛІЗУ**

Проблема співіснування економіки та екології довгий час не була актуальною. Вчені зіткнулися з необхідністю вирішення даного питання лише у зв'язку зі значним погіршенням стану навколишнього середовища у всьому світі. На підставі цього присутній очевидний дефіцит наукових досліджень з даного питання як в прикладному, теоретичному аспекті так і в методологічному. Вагомий внесок у дослідження теоретичних і практичних аспектів екологічного менеджменту внесли О. Балацький [1], Є. Борщук, Г. Білявський, Л. Бобровський, В. Бурлаков [2], В. Кожушко, В. Лук'янихін, О. Маслюковська [3], О. Михайлюк, В. Семенов, Л. Федулова та ін.

В Україні спостерігається тенденція, коли підприємства неохоче запроваджують систему екологічного менеджменту та екологічну політику, тому що не оцінюють позитивних моментів від результатів такої роботи.

Ринок молока та молочних продуктів в Україні є однією із найважливіших та найбільш перспективних складових частин ринку. Від його розвитку залежить забезпечення населення України життєво необхідними продуктами харчування, що виробляються з молока. Під час виробництва молочних продуктів утворюється велика кількість сироватки, близько 90 % від об'єму молока, яке переробляється. Стічні води молокопереробних підприємств, як правило, поділяються на дві категорії: висококонцентровані (сироватка та меліса), які утворюються в цеху виробництва сирів, молочного цукру і альбумінованого сиру, та низькоконцентровані, які утворюються під час миття тари, технологічного обладнання та приміщень від забруднень залишками молока, продуктами його переробки, мийними засобами тощо [4].

Відомі різні методи утилізації сироватки – ультрафільтрація, сушіння, виробництво етилового спирту та інших продуктів. Через відсутність досконалих ресурсоощадних технологій ці методи майже не застосовуються.

Одним із основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють в комплексі внутрішні й зовнішні чинники, які впливають на розвиток екологічного проекту, є SWOT-аналіз. SWOT -аналіз представляє собою узагальнену оцінку для розуміння та управління навколишнім середовищем, в якому функціонує підприємство. Застосування SWOT-аналізу, як методу аналізу екологічної ситуації підприємства наведено на прикладі ПрАТ «Дубномолоко». ПрАТ «Дубномолоко» – сучасне підприємство, яке займається переробкою молока та виробництвом сиру. Входить в українську фінансово-промислову групу «Континіум». На даний час підприємство «Дубномолоко» випускає тверді і плавлені сири під торговою маркою «Комо». Також підприємство реалізує сироватку та інші види продукції, що виникають під час промислової обробки молока та інших молочних продуктів [5]. Аналіз екологічної ситуації у ПрАТ «Дубномолоко», проводили з використання метода екологічний SWOT-аналіз (табл. 1).

Таблиця 1

Екологічний SWOT-аналіз підприємства

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Екологічно прийнятні процеси та продукція. 2. Готовність персоналу до дотримання регламентів і обов’язкових вимог. 3. Сучасне обладнання 4. Наявність екосвідомості, орієнтація організації на «екологічно дружнє» виробництво 5. Розуміння проблеми, наявність необхідних документів, планів, проектів, для її вирішення 6. Значний потенціал для розробки «зелених» продуктів і технологій.	1. Велика кількість відходів при відсутності задовільних очисних споруд 2. Нестача коштів на реалізацію проекту 3. Несприятливий фінансовий стан організації 4. Великі штрафні санкції
Можливості	Загрози
1. Розроблення і впровадження екологічно безпечного виробництва 2. Забезпечення довготривалого виживання компанії внаслідок формування «зеленого» іміджу 3. Проходження сертифікації як отримання своєрідного підтвердження відповідності підприємства вимогам європейського ринку, що означає отримання більших конкурентних переваг	1. Необхідність у додаткових інвестиціях унаслідок суворіших екологічних стандартів 2. Можливість отримання негативного іміджу «забруднювача» у зв’язку з великими викидами 3. Загроза виживанню компанії у середньостроковій перспективі 4. Захват конкурентами ринкових секторів «зеленої» продукції;

До сильних сторін ПрАТ «Дубномолоко» можна віднести те, що підприємство виробляє харчову продукцію екологічно прийнятними методами, використовуючи сучасне обладнання та нові технології вироблення молоковмісної продукції. На користь підприємства говорить також наявність у вищого керівництва екосвідомості, організація орієнтується на «екологічно дружнє» виробництво. Також треба зазначити, що підприємство вирізняється не просто розумінням існуючої проблеми, а ще й наявністю необхідних документів, планів та проектів, для її вирішення. Враховуючи, що загалом працівниками

підприємства «Дубномолоко» є місцеві мешканці м. Дубно, то можна стверджувати про готовність персоналу до дотримання і виконання регламентів та обов'язкових вимог, бо екологічна ситуація у місті безпосередньо стосується і їх також. Слабкі сторони підприємства – це відсутність задовільних очисних споруд при великій кількості відходів та недостатньо стабільний фінансовий стан підприємства, що не дає можливості вирішити цю проблему власними зусиллями. До можливостей можна віднести розроблення і впровадження екологічно безпечної продукції, що може дати змогу підприємству навіть вийти на нові ринки. Також можна стверджувати, що завдяки свідомому підходу до існуючих проблем підприємство формування «зеленого» іміджу, забезпечується не тільки виживання компанії у довгостроковій перспективі, а й укріплення позицій підприємства на зовнішньому ринку, бо на Заході споживачі зазвичай більш екосвідомі. Усі великі транснаціональні компанії на міжнародних фондових біржах уже сьогодні піддаються перевіркам, метою яких є вивчення природоохоронних показників їх діяльності. Незабаром такі перевірки стануть реальністю й для дрібних і середніх компаній в Україні.

Загрози – це необхідність у додаткових інвестиціях унаслідок суворіших екологічних стандартів. Підприємство не може самостійно забезпечити себе потрібним обладнанням для утилізації стоків, а це означає – постійно ліквідує шкоду, яку наносить навколишньому середовищу. Сума зобов'язань росте, і у якийсь момент підприємство не зможе функціонувати під таким тиском. Крім того, існує досить велика можливість у найближчий час отримати негативний імідж «забруднювача», що може призвести до зменшення обсягів реалізації продукції, погіршення мотивації працівників, появи негативної реклами і т.д. У нашому випадку екологічний SWOT-аналіз на явно виділяє головну слабку сторону підприємства, а саме – серйозну проблему невідповідності очисних споруд наявним обсягам промислових викидів, що в свою чергу не дозволяє в повному обсязі завершити всі етапи впровадження системи екологічного менеджменту на підприємстві.

Отже, проведення SWOT-аналізу має важливе значення для здійснення стратегічного планування, оскільки його методика – ефективний, доступний, дешевий засіб оцінки стану проблемної та управлінської ситуації в установі. Він дозволяє систематизувати проблемні ситуації; краще розуміти структуру ресурсів, на які необхідно опиратися в удосконаленні діяльності та розвитку компанії на перспективу; відстежувати затільний стан зовнішнього середовища; виділяти і використовувати нові потенційні можливості швидше, ніж конкуренти; вибрати оптимальну дорогу розвитку й уникнути небезпек; приймати зважені рішення, що стосуються розвитку бізнесу. Правильно і вчасно прийняті стратегічні рішення відіграють сьогодні ключову роль в успішній діяльності організації. Саме вони роблять вирішальний вплив на конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому.

#### *Список використаних джерел*

1. Балацький О., Лук'янихін В., Лук'янихіна О. Екологічний менеджмент: проблеми і перспективи становлення та розвитку. *Економіка України*. 2000. № 5. С. 67–73.

2. Механизмы управления эколого экономическими системами / В.Н. Бурков та інш.; под ред. С.Н. Васильева. Москва: Физматлит, 2008. 244 с.
3. Маслоковская Е.П. Пакеты инструментов экологического регулирования. *Методы решения экологических проблем* / под ред. Л.Г. Мельника, Е.В. Шкарупы. Сумы: СумГУ, 2010. С. 153–164.
4. Сайт ПрАТ «Дубномолоко» <https://www.komo.ua/uk>
5. Запольський А.К. Водопостачання, водовідведення та якість води: підручник / А.К. Запольський. – К.: Вища шк., 2005. – 671 с

**Шевченко В.В.**, магістранта кафедри  
менеджменту  
**Науковий керівник: Лозова О.В.**, к.е.н.,  
доцент, доцент кафедри менеджменту ВНЗ  
Укоопспілки «Полтавський університет економіки і  
торгівлі», м. Полтава, Україна

### **УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Творчість кожного індивіда активізує інноваційну діяльність вітчизняних підприємств в цілому і завдяки закону синергії перетворюються на креативний потенціал персоналу, який здатний наситити ринок новими ідеями та підвищити ділову активність компанії. Саме така взаємодія: творчість індивіда – креативний потенціал підприємства – інноваційна політика держави, і відповідає ринковій економіці, тому що нововведення, надають конкурентні переваги, а креатив - це творчий розвиток особистості, що впливає на зростання ефективності праці персоналу, який думає нетрадиційним шляхом, і має прагнення до самоактуалізації.

Креативний потенціал розглядається як особистісна здатність залишатися в творчому тоні, здатність реалізувати свій потенціал творчої особистості в професійному середовищі та отримання ділових результатів від творчості. Щодо підприємств, то ефективна творча діяльність є обов'язковою складовою креативного потенціалу, яка охоплює всі етапи інновацій та їх реалізації, тобто досягнення бізнесом бажаних результатів. Затримка часу є важливою проблемою, щодо швидкості перетворення ідей, а тому мотиваційні важелі повинні бути обрані на кожен етап життєвого циклу інновацій.

Таким чином, наступними об'єктивними причинами, які впливають на розвиток креативного потенціалу персоналу на базі підприємства є такими:

- по-перше, це еволюційна вимога часу, що підсилює інновації у всіх сферах;
- по-друге, це прогрес, який по суті є відображенням розвитку як особистості, так і підприємства;
- по-третє, це новий інструмент, який збільшує адаптаційну здатність підприємства та персоналу;
- по-четверте, це конкурентна перевага - принципово іншого характеру;
- по-п'яте, інформаційне та інтелектуальне суспільство є результатом креативної діяльності, серед усіх інших чинники, які відповідно стимулюють творчість.



Інформаційне та інтелектуальне суспільство значно змінює суть роботи, додаючи креативну складову до неї. З'являються нові професії, які вимагають творчості; нові стосунки між людьми і з факторами виробництва; нові організаційні структури, практики управління тощо.

Ефективне управління процесу розвитку креативності персоналу підприємства передбачає врахування кожного з компонентів креативних ресурсів працівника, пов'язаних з умовами внутрішньо-організаційного середовища, когнітивними, особистісними, мотиваційними особливостями людини. При розробленні ефективної моделі мотивації працівників креативної праці необхідно вирішити декілька ключових завдань:

- розробити й реалізувати механізм оцінки внеску кожного працівника в розроблення креативних продуктів з метою виявлення ключових співробітників, креативні ідеї яких впливають на створення інновації;
- побудувати рейтинг найбільш креативних працівників;
- розробити механізм використання матеріальних і нематеріальних методів стимулювання працівників за креативну працю.

Таким чином, креативний потенціал - це вже не окрема складова, яка набуває широкого поширення при одночасному використанні сучасної інформації та комп'ютерних технологій, та спрощує реалізацію інноваційних ідей і веде їх до комерційного ефекту.

Отже, розвиток культу креативної творчості – це пріоритет менеджерів. Вони повинні ефективно використовувати цей мотиваційний механізм, пам'ятаючи про те, що мотивація залежить від типу організаційної культури, стиль управління та власні погляди менеджерів на лідерство. Наприклад, авторитарний стиль управління не стимулює виникнення творчого лідера. Цей тип управління є бюрократичним в Україні, а його природа передбачає чітке дотримання правил, формалізацію функцій персоналу.

**Шевчук І., студентка**

**Науковий керівник: Шостак Л.В., к.е.н., доцент**

Східноєвропейський національний університет  
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Функціонування підприємств на ринку та перспективи його подальшої діяльності залежать від багатьох чинників, що, у свою чергу, визначаються його потенціалом, який відображає можливості підприємства у різних сферах діяльності.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є важливим показником рівня його розвитку. Щоб вижити у конкурентній боротьбі, кожне підприємство ставить перед собою завдання щодо підвищення рівня конкурентоспроможності не лише продукції, але й підприємства та його потенціалу. Для ефективного ведення діяльності кожен суб'єкт господарювання

повинен проаналізувати конкурентоспроможний потенціал та розробити заходи для його підвищення.

Вирішення питання щодо підвищення рівня конкурентоспроможності є дуже актуальним і вкрай необхідним для всіх підприємств. На підприємстві необхідно систематично проводити діагностику і моніторинг конкурентного потенціалу, який забезпечує отримання інформації про стан і можливі шляхи найбільш ефективного використання потенціалу в часі, а також визначає не тільки напрямки, але й можливості реалізації конкурентної стратегії.

Підвищити конкурентоспроможність потенціалу можна шляхом вирішення проблем, пов'язаних з:

- підвищенням якості управління;
- удосконаленням зв'язків із зовнішнім середовищем;
- упровадженням (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації;
- удосконаленням організації інноваційної діяльності; упровадження нових інформаційних технологій;
- упровадженням нових фінансових і облікових технологій;
- аналізом ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій;
- підвищенням організаційно-технічного рівня виробництва;
- розвитком логістики;
- розвитком тактичного маркетингу [2].

Підприємство повинно впроваджувати та широко розповсюджувати нові продукти, послуги, технологічні процеси, що стануть ключовими чинниками росту обсягів виробництва, зайнятості, інвестицій, торгівельного обороту [1]. Ще одним кроком до підвищення конкурентоспроможності потенціалу є необхідність слідкувати за належною оптимальною ціною та якістю продукції, створити систему гарантійного та післягарантійного обслуговування продукції, дотримуватись ефективного використання ресурсів та зниження витрат, автоматизувати процеси на виробництві та використовувати у своїй діяльності новітнє обладнання та технології, збільшувати потенційні можливості обладнання.

До заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможного потенціалу підприємства, також відносять: виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти; вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів; виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; нові пріоритетні сфери використання продукції; диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів; вплив безпосередньо на споживача, шляхом штучного обмеження надходження на ринок нових товарів, проведення реклами, надання грошового або товарного кредиту [2].

В сучасних умовах розвитку формування конкурентоспроможного потенціалу є потребою будь-якого підприємства, яка забезпечує виживання,

розвиток та закріплення своїх позицій на ринку. Враховуючи велику кількість факторів, що впливають на конкурентоспроможність потенціалу, та нестабільність зовнішнього середовища існує необхідність у розробці механізму формування конкурентоспроможного потенціалу. В цілому ж посилення конкуренції зумовлює необхідність удосконалення існуючих та розроблення нових підходів до формування та розвитку потенціалу підприємства та його конкурентоспроможності.

Отже, процес підтримки високого конкурентоспроможного потенціалу фірми означає найбільш продуктивне використання всіх ресурсів, а через це фірма стає більш прибутковою, ніж її головні конкуренти на ринку та фірма здатна зайняти гідне місце на своєму сегменті ринку.

*Список використаних джерел:*

1. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають [Електроний ресурс] // Ефективна економіка. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>
2. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства [Електроний ресурс] // – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist\\_potentsialu\\_pidpriyemstva](https://pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist_potentsialu_pidpriyemstva)

**Шквиря Н.О.**, к.е.н., доцент  
Таврійський державний агротехнологічний  
університет ім. Дмитра Моторного,  
м. Мелітополь, Україна

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ**

З позиції сучасного маркетингу, для того щоб діяти на ринку більш ефективно, виробнику необхідно «створити свого споживача», знати його переваги у виборі товарів і краще пристосовуватися до його потреб. З цією метою нами було проведено маркетингове дослідження споживчих переваг хліба та хлібобулочних виробів [3]. Маркетингове дослідження ринку є найважливішим аналітичним інструментом прийняття рішень в діяльності підприємств. У нашому дослідженні в якості методу збору первинної інформації був використаний опитування споживачів, який є не тільки основним інструментом визначення показників попиту, але і є універсальним методом аналізу і діагностики ринку.

Метою дослідження є вивчення процесу прийняття рішення про покупку, реакції на покупку, факторів, що визначають поведінку споживачів хліба та хлібобулочних виробів.

У червні 2019 року нами було проведено маркетингове дослідження ринку хліба та хлібобулочних виробів. Опитування проводили серед населення м. Мелітополь. В опитуванні взяло участь 156 респондентів, воно проводили відкритим методом і методом анкетування за репрезентативною вибіркою

Опитувальні листи по проведеному дослідженню були орієнтовані на виявлення переваг покупців, за асортиментом товарів; оцінку покупцями

забезпеченості хлібом і хлібобулочними виробами; впливу на споживчий вибір свіжості, ціни, якості виробів і виробника товару; на визначення ставлення до хлібобулочних виробів з добавками, до ваги виробів, до ролі упаковки і її впливу на вибір покупця

Результати дослідження уподобань споживачів залежно від їх переваг хліба (за ціновим фактором) та хлібобулочних виробів (за наявністю наповнювачів) свідчать про те, що серед загального числа респондентів більшість (34,3%) віддають перевагу соціальному хліба (економ класу); 31,4 % – хліба з середнім рівнем цін та для 25,7 % споживачів найбільш привабливим є хліб з високим рівнем цін. Булочки з наповнювачем купують 2,9% опитаних. Визначальним чинником, що обумовлює перевагу покупців відносно хліба та хлібобулочних виробів є свіжість (77%), смак (46%) та запах (11%). Інші фактори в меншій мірі впливають на попит і, відповідно, продаж продукції.

Таким чином, в даний час споживач хліба і хлібобулочних виробів прагне купувати високоякісні вироби широкого асортименту, не витрачаючи зусиль на пошук місць покупки, набуває їх в безпосередній близькості, не звертаючи уваги на виробника хліба і хлібобулочної продукції. Розвиток виробництва хлібобулочних виробів високої якості вимагає підвищення ефективності виробничо-торговельної діяльності, забезпечення кращої взаємозв'язку між виробником і споживачем, створення асортименту, що відповідає сучасним потребам населення, і встановлення такого рівня цін на них, який дозволяє купувати їх різним верствам населення.

Як показують результати анкетування: покупці найчастіше купують хліб та хлібобулочні вироби у супермаркеті (40%), спеціалізованому магазині та магазині біля дому (26%).

Дослідженнями встановлено, що час придбання хліба та хлібобулочних виробів різна. Більшість респондентів купують в обідній час (34%) та увечері після 18.00 (23%). Вранці та до 18.00 хліб та хлібобулочні вироби купують 14% та 20% опитаних відповідно.

Для задоволення потреби в хлібі, споживач пред'являє загальні для всіх виробників вимоги: хлібобулочні вироби повинні бути свіжоспеченими та мати хорошу випічку [2]. У зв'язку з цим певної значимості набуває чинник режиму роботи підприємства, яке займається збутом виробленої продукції.

Результати дослідження переваг споживачів залежно способу випічки, нарізки та одноразової кількості купівлі свідчать про те, що серед загального числа респондентів цілому хлібу (круглий, овальний, формовий) віддають перевагу 42,9 % споживачів; 22 % – найчастіше купують половину хлібу та для 17,1 % - цілий хліб в нарізці. Найменша частина респондентів (8,6%) купують половину хлібу у нарізці.

У процесі дослідження було здійснено аналіз популярності марок виробників хліба та хлібобулочних виробів м. Мелітополь. Як показали результати опитування, найбільшою популярністю у жителів міста користується хліб, що випускається під ТМ «Хлібодар». Цього виробника відзначили 57,0 % опитаних. На другому місці популярності розташовується торговельна марка

«Паляниця» з показником 46 %. Третю позицію посідає хліб та хлібобулочні вироби мережі супермаркетів «Сільпо» та ТМ «Хлібороб». До факторів популярності виділених торгових марок можна віднести широку представленість продукції у торговій мережі міста та її високу якість.

Дослідження дозволило проаналізувати не тільки популярність виробників хлібобулочних виробів, але і лояльність споживачів по відношенню до того чи іншого бренду. У зв'язку з невисокою рекламною активністю учасників ринку показник популярності певної марки несуттєво перевищує показник лояльності.

Результати маркетингового опитування показали, що хліб та хлібобулочні вироби ТМ «Хлібодар» широко представлені у м. Мелітополь. Так, 43% респондентів відповіли, що продукція ТМ «Хлібодар» є завжди у торгових точках м. Мелітополь, 26% опитаних найчастіше зустрічають продукцію цієї торгової марки.

Також в ході проведення опитування нами було визначено відношення респондентів до новинок на ринку хліба та хлібобулочних виробів. Дослідженням встановлено, що 25,7% покупців хліба та хлібобулочних виробів купують один той же звичний продукт, 22,9% респондентів часто експериментують і купують нову продукцію. Більшість - 51,4% опитаних не змогли визначити своє ставлення до новинок на ринку хліба та хлібобулочних виробів.

Проведене маркетингове дослідження дозволяє зробити наступні висновки по ринку хліба та хлібобулочних виробів:

- ринок погано інформований про товари новинки, велика частина покупців не має уявлення про нові продукти, корисні для здоров'я;

- ціновий фактор не завжди є для покупця особливо значущим, але критерій «нижча ціна» при інших рівних умовах залишається найкращим для основної маси покупців;

- більшість покупців вибирає хлібобулочні вироби без упаковки;

- більша частина споживачів звертає увагу на якість, хоча і не пов'язує його з конкретним виробником;

- зростання доходів деяких груп населення не підвищує попит на традиційні хлібопродукти, з чого випливає, що необхідно розширювати асортимент хліба та хлібобулочних виробів, що задовольняють потреби різних верств населення.

#### *Список використаних джерел*

1. Навольська Н.В. Дослідження ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні / Н.В. Навольська // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/93.pdf>.

2. Завертаний Д.В. Сучасний стан та перспективи розвитку хлібопекарської галузі України / Д.В. Завертаний // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2015. – Т. 14. – Вип. 2. – С. 194–203.

3. Шквиря Н.О. Сутність та особливості маркетингового планування конкурентоспроможності продукції / Н.О. Шквиря // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). -№ 3 (32), 2016. – С. 164-170

4. Шквиря Н.О. Маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку соків / Н.О. Шквиря, Я. С. Сокол, // Маркетингова освіта в Україні: зб. матер III Міжн. науково-практ. конф., 12-13 квітня 2016 р. – 2015. – С. 341-349.

**Шумейко С.О.**, студент  
**Науковий керівник: М.І. Пасько**,  
к.е.н, доцент, Харківський національний  
економічний університет імені Семена Кузнеця,  
м. Харків, Україна

### **ПИТАННЯ ЯКОСТІ МЕДИЧНОЇ ПОСЛУГИ**

Сфера послуг є однією з найперспективніших, що швидко розвивається галуззю економіки. Практично всі організації в тій чи іншій формі, надають послуги і по мірі насичення ринку товарами зростає попит на послуги [7].

Поняття «послуга» нараховує десятки трактувань, аналіз яких дозволив виділити два підходи до визначення послуги: 1. як дія, що приносить користь, допомогу іншому; 2. як продукт (результат) діяльності сервісного підприємства. Отже, можна надати таке визначення цього поняття: послуга – це «невидимий товар» – це те, що можна купити, але не можна фізично відчувати, що продається не як результат виробництва, а як діяльність.

Послуги, на відміну від інших товарів, виробляються і споживаються здебільшого одночасно, внаслідок чого виникає цілий ряд особливостей їх виробництва і управління

Характеристику особливостей послуг щодо виробництва-споживання представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика особливостей послуг [4]

Вид	Особливість послуги
Невідчутність (нематеріальний характер) послуг	Послуги неможливо продемонструвати, побачити, спробувати, транспортувати, зберігати, упакувати або вивчати до моменту їх отримання
Невіддільність виробництва і споживання послуг	Послуги здебільшого виробляються і споживаються одночасно, тобто розпочинати їх надання можна тільки після отримання замовлення від клієнта на основі взаємовідносин
Нездатність послуг до зберігання	Послуги неможливо зробити завчасно та зберігати для подальшої реалізації. Так, незайняті кімнати у готелі, непродані авіаквитки не можуть бути відновленими. Якщо потужності щодо надання послуг переважають попит на них, це спричинює зниженню дохідності або вартості послуг
Мінливість послуг	Якість послуг коливається в широких межах залежно від їх виробників, часу і місця надання послуг, від існуючих на підприємстві стандартів системи обслуговування, тобто від рівня сервісу на конкретному підприємстві та й від багатьох інших факторів

У наданні послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Можна виділити такі напрями тлумачення якості послуг: 1. поняття якості сприймається як сукупність зазначених властивостей і характерних рис послуги, задовольняє запити споживача; 2. під якістю розуміється відсутність недоліків, які посилюють почуття задоволення у клієнта; 3. якість може розглядатися як технічна й

функціональна. Отже, якість це в першу чергу відчуття задоволення клієнта від обслуговування, а якісна послуга – це послуга, що відповідає потребам клієнта. Рівень якості, у свою чергу, залежить від міри відповідності уявлень клієнта про реальне і бажане [8].

Грунтуючись на вищевикладеному, можна так визначити зміст поняття «якість» це концепція, що забезпечує постійне надання послуги, відповідної потребам клієнтів (технічний аспект), і відповідно якої вся система обслуговування має бути спрямована на забезпечення зручності клієнтам (функціональний аспект) У цьому значенні якість – це основа компетентності.

У сучасних економічних умовах забезпечення високої якості медичної допомоги та належних кінцевих результатів діяльності окремих лікарів, підрозділів і лікувально-профілактичних закладів у цілому виходить на перший план. Це пов'язано з тим, що їх діяльність впливає на стан здоров'я населення та ефективність використання кадрових та матеріально-технічних ресурсів галузі.

На сьогодні медична і клінічна галузь перетворилися на комплексну систему з потужними економічними і управлінськими складовими. Розуміння сутності та особливості медичних послуг дуже важливе для формування ринку медичних послуг в Україні та координації і регулювання його розвитку. Медична послуга у широкому розумінні – це діяльність, яка має корисні властивості, що споживаються під час її здійснення, направлена на підтримку чи покращення здоров'я особи. Безпосереднім об'єктом, на який впливає медична послуга, є здоров'я людини (пацієнта). Відповідно до Закону України «Про основи законодавства України про охорону здоров'я» [3], здоров'я – це стан повного фізичного, душевного і соціального благополуччя, а не тільки відсутність хвороб і фізичних дефектів. Виходячи з того, що метою медичної послуги є досягнення позитивного результату, або запобігання негативному, то результатом успішного надання медичної послуги є покращення або не погіршення здоров'я пацієнта.

Одним із найважливіших питань, що виникають у відносинах між лікарем і пацієнтом, між лікарем і закладом охорони здоров'я та державними органами, є питання якості медичної послуги, що надаються пацієнтам.

Як відомо, лікар та пацієнт по-різному оцінюють якість наданої медичної послуги. За твердженням авторів [1, 5] «пацієнт оцінює якість медичної допомоги з позицій стану свого здоров'я після лікування та ставлення до нього лікаря, а саме, його чуйності, тактовності, здатності до співпереживання, достатності часу на бесіди тощо. Лікарі оцінюють якість надання медичної допомоги насамперед за технічною майстерністю, досягненням бажаного результату лікування.

Якісна медична послуга це та, що точно відповідає визначеним вимогам, з використанням сучасних знань і ресурсів, та забезпечує очікувану максимальну користь від її надання і зниження ризику до мінімального [6].

В табл. 2 представлено порівняння складових якості медичної послуги наданих авторами Vuorы X. V [5] та A. Donabedian [2].

## Порівняння складових якості медичної послуги

Vuory X. V.	A. Donabedian
ефективність (співвідношення між фактичним і максимальним впливом медичного обслуговування на стан здоров'я, який вона може здійснити в ідеальних умовах)	результативність (співвідношення досягнутого результату і максимально можливого, заснованого на наукових даних)
економічність (співвідношення між фактичним впливом медичного обслуговування і його вартістю)	ефективність (економічність, найбільш раціональне використання ресурсів, найменша вартість без зниження результативності)
адекватність (відповідність фактичного обслуговування потребам населення)	оптимальність (оптимальне співвідношення витрат і отриманих результатів в поліпшенні здоров'я)
науково-технічний рівень (рівень застосування сучасних медичних знань і технологій)	сприйнятливість (відповідність наданої допомоги очікуванням, побажанням, надіям пацієнтів і їх родичів)
	законність (відповідність соціальним пріоритетам, вираженим в етичних принципах, законах, нормах, правилах)
	справедливість (доступність для різних верств населення)

Таким чином, якісна медична послуга, по суті, має забезпечувати певну ступінь досягнення конкретних, відповідних потребам населення у здоров'ї, результатів, зокрема, через найбільш економне, раціональне, тобто ефективне використання ресурсів її надавачами.

**Список використаних джерел**

1. Бойко А.Т. Качество медицинской помощи. Проблемы обеспечения / *Мир Медицины*. Минск, 2001. №.1-2. С. 73–81.
2. Гуру менеджмента качества и их концепции: Э. Деминг, Дж. Джуран, Ф. Кросби, К. Исикава, А. Фейгенбаум, Т. Тагути [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/qm/qm009.html>
3. Закон України «Про основи законодавства України про охорону здоров'я» від 05.07.2012 р. № 5081-VI / *Відомості Верховної Ради України*. 2012. С. 3
4. Коюда В.О. Сутність та змістовна характеристика послуги як бази управління / *Економіка та суспільство*. Мукачево, 2017. №9. Режим доступа: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-9>
5. Кучеренко В.З., Мильникова И.С. К оценке качества медицинской помощи в новых условиях хозяйствования / *Здравоохранение Российской Федерации*. Москва, 1991. № 3. С. 5-8.
6. Мальська М.П. Організація обслуговування / Київ: Центр учбової літератури, 2010. 59 с.
7. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг / Київ: Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
8. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции / пер. с англ. Москва : Экономика, 1986. 470 с.