

Міністерство освіти і науки України
Державний біотехнологічний університет
Департамент науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського «Харківський
авіаційний інститут»
Львівський торговельно-економічний університет
Університет фінансів, бізнесу та підприємництва
(Республіка Болгарія)
Університет Жиліни (Словацька Республіка)
Центр підприємництва, інновацій та регіонального розвитку (CEIRD)
Вентспілського університетського коледжу (Латвія)
Клайпедський університет прикладних наук (Литва)
Могильовська філія установи освіти «БІП – Університет права і соціально-
інформаційних технологій» (Республіка Білорусь)



**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
УКРАЇНИ
В ГАЛУЗІ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ:
ІНІЦІАТИВИ МОЛОДІ**

**Матеріали III Міжнародної
науково-практичної інтернет-конференції здобувачів
вищої освіти і молодих учених**

22 жовтня 2021 р.

Харків
ДБТУ
2021

УДК 658.310.8(075.8)
ББК 65.291.28

Організаційний комітет:

Голова комітету: *Р.С. Тихонченко*, канд. екон. наук.

Заст. голови: *О.О. Красноручький*, д-р екон. наук, проф.; *О.І. Алфьоров*, д-р техн. наук, доц.; *Т.А. Власенко*, д-р екон. наук, проф.; *В.М. Михайлов*, д-р техн. наук, проф.; *А.В. Микитась*, д-р екон. наук, доц.

Члени оргкомітету: *Ларіна Т.Ф.*, д-р екон. наук, проф.; *В. Бартосова*, канд. екон. наук, доц.; *М.Г. Безпарточний*, д-р екон. наук, проф.; *Р. Вазов*, д-р філософії з фінансів та страхування, доц.; *М. Живітере*, д-р екон. наук, проф.; *О.В. Жилиякова*, канд. екон. наук, доц.; *Н.Б. Кацена*, канд. екон. наук, проф.; *Р. Кіндіріс*, д-р наук з управління, проф.; *Косова Т.Д.*, д-р екон. наук, проф.; *А.С. Крутова*, д-р екон. наук, проф.; *Мандич О.В.*, д-р екон. наук, проф.; *Т.В. Мединська*, канд. екон. наук, доц.; *В.В. Мякінькая*, канд. екон. наук, доц.; *О.О. Нестеренко*, д-р екон. наук, проф.; *Н.В. Проскурніна*, д-р екон. наук, доц.; *Т.О. Ставерська*, канд. екон. наук, доц.

Конференцію включено до Переліку міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій здобувачів вищої освіти і молодих учених у 2021 році згідно листа Міністерства освіти і науки України від 19.01.2021 р. № 22.1/10-83

- А 43** **Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді** [Електронний ресурс] : матеріали III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. з доб. вищ. освіти і мол. учених, 22 жовтня 2021 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2021. – 379 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://btu.kharkov.ua/nauka/konferentsiyi/>

Збірник містить матеріали доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих науковців «Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді» (22 жовтня 2021 року, ДБТУ, м. Харків), у яких розглядаються проблеми методології та практики обліку, аудиту, оподаткування, маркетингу та менеджменту підприємницької діяльності, перспективи застосування сучасних інформаційних систем управління підприємствами і напрями удосконалення фінансових механізмів збалансованого розвитку України в умовах глобалізаційних викликів інформаційної економіки.

Матеріали друкуються в авторській редакції мовою оригіналу. Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

УДК 658.310.8(075.8)
ББК 65.291.28

Секція 1
ОБЛІК І АУДИТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ



ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ
РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ

Андрусенко А.О., гр. ОА-215М
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Бондаренко**
Національний авіаційний університет

В сучасних умовах господарювання майже у всіх підприємств України відсоток кредиторської заборгованості має великий розмір під час підрахунку підсумку балансу. Перш за все це пов'язано з можливістю вчасного не погашення своїх зобов'язань внаслідок відсутності вільних грошових коштів.

Згідно ст. 256-257 Цивільного кодексу України строк позовної давності протягом якого підприємство-контрагент може звернутись до суду з позовом, щодо повернення боргу – складає три роки. Тому, на підприємстві повинен бути створений обов'язковий контроль щодо вчасного повернення без штрафних санкцій суми боргу. Для цього в робочий план рахунків підприємства за рахунком 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками» вводять субрахунки, за якими проводять облік заборгованості за різними контрагентами від різних видів діяльності.

Для проведення організації обліку розрахунків з підприємствами-контрагентами кожне підприємство повинно сформуванати інформаційно-аналітичну базу для подальшого її аналізу та контролю виконання проведення платежів. Для формування аналітичної інформації підприємством може бути використана інформація з різних джерел, а саме: наказ про облікову політику підприємства, облікові реєстри бухгалтерського обліку, фінансова звітність підприємства і т.і. Для проведення в практичній діяльності підприємства детального аналізу стану розрахунків з постачальниками та підрядниками може бути сформована аналітична таблиця, в якій

буде зазначено: назву контрагента, якому заборгувало підприємство; номер договору та дата виникнення боргу; сума боргу; дати та суми часткового повернення боргу; залишок боргу на кінець звітнього періоду і т.д.

Для уникнення непорозуміння з контрагентом щодо залишкової суми боргу на певний звітний період потрібно з підприємством-контрагентом проводити зустрічні перевірки. Під час таких перевірок складається акт зустрічної звірки. Даний документ складається в довільній формі в якому може бути зазначено: номер та дата підписання договору (договорів); дати проведення часткових оплат; розмір заборгованості за обліковими даними кожного контрагента; різниця відхилень і т.і.

Під час систематичного проведення зазначеної перевірки розрахунків між контрагентами виключаються випадки настання простроченої або відстроченої кредиторської заборгованості. Крім того, це надасть можливість отримувати своєчасно достовірну інформацію за обліковими регістрами для проведення ефективних адміністративно-управлінських рішень щодо стану розрахунків з постачальниками та підрядниками.

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ – ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА

Артеменко Я.О., гр. ОіО 4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **М.І. Беленкова**
Державний біотехнологічний університет

Інвентаризація є головним засобом контролю за збереженням майна організації, в процесі якої перевіряють фактичну наявність майна і звіряють їх з даними бухгалтерського обліку.

Висока якість інвентаризацій забезпечується за рахунок дотримання термінів і раптовості її проведення, кваліфікаційного підбору складу членів комісії, точного перерахунку кількості активів, правильного оформлення інвентаризаційних описів, своєчасної і правильної підготовки даних бухгалтерського обліку і виявлення результатів, оформлення результатів інвентаризації, відображення їх в бухгалтерському обліку та звітності. За допомогою інвентаризації підтверджуються не тільки факти розкрадань, але і контролюється робота матеріально-відповідальних осіб, встановлюються заходи

матеріальної, адміністративної та кримінальної відповідальності, виявляються помилки, допущені у первинному обліку матеріальних цінностей і відображенні на рахунках бухгалтерського обліку [1].

Основними функціями, які виконує інвентаризація є:

✓ економічна (як елемент обліку та контролю);

✓ соціальна (як форма участі трудящих в організації обліку та контролю);

✓ виховна (як засіб виховання дбайливого ставлення до майна).

Інвентаризація буває різних видів, проведення яких залежить від специфіки діяльності підприємства і завдань, які належить вирішити в процесі інвентаризації. До основних видів інвентаризації відносяться: планова, раптова, повна, часткова, постійно діюча, вибіркова, суцільна.

Отримання максимально достовірної інформації під час проведення інвентаризації, забезпечується шляхом дотримання певних принципів. Основними принципами інвентаризації є: плановість, раптовість, об'єктивність, повнота охоплення об'єктів, порівнянність одиниць виміру, безперервність, юридична правомочність результатів, виховний вплив і матеріальна відповідальність, оперативність та економічність, гласність.

Під час інвентаризації, перевірки підлягають активи та зобов'язання підприємства: основні засоби; нематеріальні активи; фінансові вкладення; виробничі запаси; готова продукція; товари; інші запаси; грошові кошти; інші активи; кредиторська заборгованість; кредити банків; позики і резерви.

Мета інвентаризації активів та зобов'язань полягає в забезпеченні достовірності даних бухгалтерського обліку і бухгалтерської звітності підприємства.

У процесі інвентаризації перевіряють і документально підтверджують наявність активів та зобов'язань підприємства, їх стан і оцінку. Порядок і термін проведення інвентаризації визначає керівник підприємства, за винятком випадків обов'язкової інвентаризації. Для проведення інвентаризації на підприємстві створюється інвентаризаційна комісія, до складу якої входять представники адміністрації підприємства, працівники бухгалтерії та інші фахівці.

Вважаємо, що для поліпшення якості інвентаризації можна рекомендувати керівництву підприємств наступне:

– інвентаризації доцільно проводити не тільки суцільним методом, а й частково в окремих приміщеннях підприємства (склад, цехи, підсобне приміщення та ін.);

- необхідно поряд з плановими інвентаризаціями проводити раптові перевірки, а також збільшити кількість запланованих інвентаризацій по окремим об'єктам;
- необхідно збільшити кількість і якість внутрішньої звітності (товарно-матеріальні звіти) за кожною матеріально відповідальною особою;
- необхідно забезпечити методичними посібниками, інструктивними матеріалами з проведення інвентаризації кожного члена інвентаризаційної комісії та кожною матеріально відповідальною особою.

Необхідно також приділяти велику увагу кадрам, особливо молодим. Підвищити роль кваліфікаційної комісії з прийому на роботу осіб, пов'язаних з матеріальною відповідальністю, що дозволить практично виключити проникнення на ці посади працівників, які мають судимість або звільнених за недовірою.

Інформаційні джерела:

1. Артеменко Я.О., Рагуліна І.І. Інвентаризація активів на підприємстві – сучасний аспект // Сучасний стан і перспективи розвитку обліку, аналізу та фінансового забезпечення підприємств агропромислового виробництва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 12-13 листопада 2020 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків: ХНАУ, 2020. С. 12–14.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРЬСЬКОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Артеменко Я.О., гр. ОіО 4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.І. Рагуліна**
Державний біотехнологічний університет

Будь-яке підприємство під час здійснення господарської діяльності стикається з організаційними питаннями формування та розвитку системи внутрішнього контролю, покликаної не тільки виявити помилки і зловживання всередині підприємства, а й забезпечити доцільність проведених операцій і прийнятих управлінських рішень. Крім того, процеси впровадження міжнародних принципів обліку в національну систему викликають необхідність перетворень фінансово-господарської діяльності та, як наслідок, вдосконалення системи внутрішнього контролю.

Контроль поряд з плануванням, обліком і аналізом є однією з функцій системи управління. Залежно від суб'єктів контролю по

відношенню до об'єкта аудиту розрізняють зовнішній контроль (здійснюється зовнішніми органами, державними органами і суспільством в цілому) та внутрішній (внутрішньогосподарський) контроль (проводиться власниками, керівниками і працівниками підприємства).

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

Можна виділити визначальні ознаки, що характеризують суть внутрішньогосподарського контролю: потреба в ньому обумовлена необхідністю моніторингу реалізації управлінських рішень в нижчих ланках управління і виробничо-господарських процесів на місцях; контроль є однією з найважливіших функцій процесу управління; внутрішньогосподарський контроль необхідно розглядати як цілісну систему, що включає такі елементи як суб'єкт, об'єкт, предмет і метод; основним призначенням внутрішньогосподарського контролю є інформаційне забезпечення управлінської ланки з метою прийняття максимально ефективних рішень, безпосередньо пов'язаних з діяльністю підприємства; внутрішньогосподарський контроль необхідний на всіх етапах виробничого процесу та у всіх підрозділах суб'єкта господарювання.

Ефективна система внутрішньогосподарського контролю на підприємстві повинна будуватися за такими етапами:

- визначення об'єкта і предметної області внутрішньогосподарського контролю;
- визначення форми організації внутрішньогосподарського контролю;
- виявлення кола відповідальних осіб за здійснення контрольних процедур;
- розробка системи показників контролю і їх кількісних стандартів; розробка форм документування внутрішнього контролю.

Побудова раціональної системи внутрішньогосподарського контролю є одним з інструментів ефективної діяльності підприємства. Зі збільшенням розмірів господарюючого суб'єкта ускладнюється організаційна структура, що висуває підвищені вимоги до якості побудови системи внутрішнього контролю.

Дотримання етапів формування внутрішньогосподарського контролю, реалізація принципів, розкривають закономірності функціонування системи та її відношення до зовнішнього середовища, виконання всіх необхідних умов дозволять забезпечити управлінський персонал підприємства достовірною поточною інформацією про ефективність використання ресурсів, про відхилення від планових проміжних результатів, про можливі «зони» ризику, порушення і зловживання в процесі виробництва і, відповідно, підвищити ефективність процесу управління в цілому.

Інформаційні джерела:

1. Рагуліна І.І., Дроб'язко В.В. Особливості методики внутрішнього контролю біологічних активів тваринництва // Сучасний стан і перспективи розвитку обліку, аналізу та фінансового забезпечення підприємств агропромислового виробництва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 12-13 листопада 2020 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків: ХНАУ, 2020. С. 24–26.

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ТА КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Брага Ю.С., гр. ОА-215Мз

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Бондаренко**
Національний авіаційний університет

Під час своєї діяльності підприємства постійно знаходяться в процесі проведення розрахунків з іншими суб'єктами господарювання. Внаслідок чого у кожного контрагента виникає дебіторська та кредиторська заборгованість. Порушення договірних взаємовідносин пов'язаних з проведенням оплати за договором реалізації призводить до зниження платоспроможності всіх учасників ринку. Тому, дебіторська та кредиторська заборгованості повинні підпадати до постійного безперервного контролю з боку адміністративно-управлінського складу підприємства. Перш за все це можна зробити якщо на підприємстві буде проведено якісний і своєчасний облік для подальшого аналізування стану заборгованостей.

Підприємства повинні проводити аналіз співвідношення між дебіторською та кредиторською заборгованістю. Крім того, адміністративно-управлінський склад підприємства повинен розробляти шляхи щодо зменшення розміру обох заборгованостей. В

протилежному випадку це може призвести до настання фінансової кризи та настання банкрутства підприємства.

В залежності від фінансового стану підприємства та інших чинників адміністрація підприємства може обрати різні підходи та схеми щодо управління дебіторською та кредиторською заборгованістю. На вибір оптимальних ефективних управлінських підходів перш за все впливає, яка із заборгованостей є більшою – дебіторська чи кредиторська. Слід зазначити, що домінування однієї заборгованості над іншою завжди призводить до неефективної роботи підприємства.

Якщо дебіторська заборгованість більша за кредиторську – це свідчить, що на підприємстві не проводять заходів, щодо повернення обігових коштів і для подальшої діяльності підприємства йому потрібно буде залучати кредити банків під високі відсотки. А це призводить до великих фінансових втрат підприємства.

Перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською теж негативно впливає на діяльність підприємства. Відсутність вільних обігових коштів створює на підприємстві кризу не платежів. Внаслідок чого підприємства-контрагенти звертаються до суду і крім розміру боргу підприємство повинно компенсувати штрафні санкції згідно договору та оплатити судові витрати пов'язані з позовом.

Таким чином, для проведення аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості потрібно виявити причини формування кожної заборгованості, з'ясувати зв'язки з кожним контрагентом, обрати оптимальні способи та методи проведення аналізу і т.і. Вважаємо, що лише за умови якісно проведеного аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості підприємство зможе прийняти ефективні управлінські рішення щодо дебіторської та кредиторської заборгованості.

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Вишневська І.М., гр. О-31

Науковий керівник – **Т.І. Герасимова**

*Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-
економічний коледж*

Ринкові зміни в Економіці України провокують зміни в системі управління діяльністю підприємств. Це в свою чергу переміщає важіль

прийняття рішень та відповідальності за наслідки таких рішень на первину ланку управління – підприємство. І тоді одним з найбільш дієвих інструментів, що дозволяє виявити можливості підвищення ефективності бізнесу, а також, однією з конкурентних переваг підприємства може стати внутрішній аудит.

Внутрішній аудит – це поняття зовсім не нове, але в «моді» він став лише на початку ХХІ століття. Існує певний ряд чинників зростаючого інтересу до внутрішнього аудиту не тільки в Україні, але і у всьому світі. Такими чинниками є:

1. Внутрішній аудит – це один з не багатьох доступних на даний момент і в той же час недооцінених ресурсів, правильне використання якого може підвищити ефективність підприємства.

2. Інститут зовнішнього аудиту може давати серйозні збої, внаслідок якого терплять банкрутство навіть найбільші фірми та в свою чергу, може довести гучних корпоративних скандалів, як прокотилися в США і Західній Європі.

Наявність на підприємстві сильного корпоративного управління, невід’ємною ланкою якого є внутрішній аудит — це позитивний сигнал для потенційних інвесторів і кредиторів, що підвищує інвестиційну привабливість підприємства.

Сьогодні значення та роль внутрішнього аудиту стверджується шляхом включення питань перевірки з оцінки якості інформації, яка подається в управління для прийняття рішень, а також оцінки корисності застосування методики аналізу інформації на підприємстві. Внутрішній аудит якості управління на підприємстві є невід’ємною частиною системи управління якістю, а тому потребує більш детального дослідження.

Для результативності заходів проведення внутрішнього аудиту, відповідальний організатор внутрішнього аудиту зобов’язаний систематично працювати з нормативною базою про внутрішній аудит і представляти план заходів на схвалення вищому керівництву і Раді. Лише незалежний внутрішній аудит та об’єктивні аудитори, виконуючи поставлені перед ними завдання на належному професійному рівні дасть можливість забезпечити успішну реалізацію управлінського процесу.

Так, як «У процесі управління підприємством ухвалюються рішення не тільки щодо того, що потрібно зробити, щоб ефективно управляти (тобто за функціями управління), але і як слід впливати на об’єкт управління, за допомогою яких інструментів та методів (тобто щодо механізму управління), щоб підприємство працювало з максимальною віддачею вкладеного капіталу й задіяних ресурсів» [1, с. 134].

Крім того, внутрішній аудит необхідний для запобігання нерациональним витратам, втратам і розкраданням матеріальних та грошових ресурсів організації, своєчасного попередження і своєчасної розробки рекомендацій виходу із фінансових труднощів. Необхідність проведення внутрішнього аудиту на великих підприємствах з декількома напрямками видів діяльності диктується, складною розгалуженою структурою і значною кількістю територіально віддалених філій, дочірніх та підпорядкованих підприємств. Це пов'язано з ускладненням механізму управління підприємствами.

Потреба у проведенні внутрішнього аудиту в системі управління полягає в його результативності для підприємства, а саме: скороченні витрат підприємства на його організацію та проведення в порівнянні із зовнішнім аудитом; можливість використання послуг внутрішнього аудиту в будь-який момент часу; обізнаність фахівців внутрішнього аудиту з питань ситуації на підприємстві, стилю роботи і управління, політики та культури; можливість залучення до проведення контролю висококваліфікованих спеціалістів підрозділів підприємства; гарантії постійного дотримання вимог законодавства, стимулювання впровадження прогресивних нововведень тощо.

Інформаційні джерела:

1. Яркіна Н. М. Управління підприємством як економічна категорія (теоретичні аспекти) / Н. М. Яркіна // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2014. – № 1 (76). – С. 130–136.

ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ФОРМАТІ XBRL НА ОСНОВІ ТАКСОНОМІЇ

Галац В.О., гр. ОП-2 маг

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.М. Жидовська**
Львівський національний аграрний університет

Існує багато форматів даних, кожен з яких пов'язаний з конкретним типом файлу. Наприклад, DOC або PDF для документів, MP3 для музики, ZIP для архівних файлів тощо. Для фінансової інформації використовуються формати XML, XBRL. XBRL (англ. eXtensible Business Reporting Language «розширювана мова ділової звітності») – відкритий стандарт обміну діловою інформацією, який широко використовується в світовій практиці.

Регулятори і зацікавлені особи вимагають від компанії надання даних у різних формах. При цьому звітні дані, що містять ці форми, як правило, однакові. Компанія, що звітує, змушена представляти одні й ті самі дані у різних формах, повторюючи цей процес і нарощуючи обсяги інформації та кількість форм.

XBRL пропонує спосіб поліпшити процес створення, поширення і використання даних у бізнес-звітах. Цей стандарт визначає електронний формат для звітності, що дає змогу комп'ютерам автоматично збирати, порівнювати, передавати й аналізувати звітність надзвичайно швидко і точно. Специфікація мови XBRL розробляється і публікується незалежною міжнародною організацією XBRL International, Inc.

Сьогодні XBRL офіційно рекомендований до використання і підтримується Радою з МСФЗ для електронного складання звітності за стандартами МСФЗ.

Таксономія МСФЗ (IFRS Taxonomy) - це проєкт під егідою Ради з МСФЗ, в межах якого систематизуються і представляються в електронному вигляді показники, які підлягають оприлюдненню згідно з Міжнародними стандартами фінансової звітності.

Таксономія МСФЗ - це система класифікації, яка дозволяє зв'язати тегами певні елементи фінансової звітності, за допомогою яких всі дані структуруються, упорядковуються і можуть бути прочитані комп'ютером. Це значно підвищує доступність фінансової інформації.

В Україні запровадження Таксономії UA XBRL МСФЗ затверджується та оприлюднюється Міністерством фінансів України. Звітність в форматі iXBRL включає в себе також Звіт аудитора та Звіт про управління.

В Україні таксономія фінансової звітності – Таксономія UA XBRL МСФЗ – вперше була розроблена і оприлюднена у 2018 році Міністерством фінансів України.

Відповідно до п.5 ст.121 Закону України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.1999р. №996-XIV, підприємства, які згідно з законодавством готують фінансову звітність за МСФЗ, складають і повинні подати фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність в єдиному електронному форматі на основі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами до центру збору фінансової звітності в єдиному електронному форматі iXBRL до 31 грудня 2021 року.

За неподання фінансової звітності у форматі iXBRL на основі таксономії до кінця 2021 року передбачено штраф до 34 000 грн.

Для того, щоб подати фінансову звітність у форматі iXBRL необхідно:

1. Зареєструватися на порталі СФЗ;
2. Скласти фінансову звітність відповідно до Таксономії МСФЗ в форматі iXBRL;
3. Здійснити валідацію фінансової звітності у форматі iXBRL;
4. Підписати файл з фінансовою звітністю у форматі iXBRL.

Однак, враховуючи період пандемії COVID-19, запропоновано розглянути питання щодо необхідності протягом 2021 року встановлення перехідного (тестового) періоду для складання та подання звітності на основі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами в єдиному електронному форматі, продовження строків подання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності за 2020 рік, проміжної звітності за I квартал 2021 року, перше півріччя 2021 року та дев'ять місяців 2021 року на основі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами в єдиному електронному форматі, а також уведення мораторію на застосування штрафних санкцій за порушення строків подання фінансової звітності на основі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами в єдиному електронному форматі протягом 2021 року.

Одночасно дозволяється фінансову звітність подавати та оприлюднювати на своїй вебсторінці в строки, визначені законодавством України, за зразком як за попередні звітні періоди.

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ВИТРАТ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ

Гарбулінська-Лігачова Я.В., гр. ОіО маг-2-1
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Ярова**
Державний біотехнологічний університет

Дані первинного, синтетичного і аналітичного бухгалтерського обліку є підставою для аналізу використання фонду заробітної плати, продуктивності праці, трудомісткості продукції. Це джерело для надання оперативної, достовірної інформації управлінському персоналу для прийняття правильних рішень у майбутньому, для складання фінансової, податкової та статистичної звітності.

Для забезпечення порівнюваності (співставності) показника оплати праці у динаміці за 2010 – 2020 рр. ми перерахували її рівень в

національній валюті у долари США (за курсом національного банку України). Методичні переваги цієї методики є очевидними: якщо у національній валюті ми маємо зростання оплати праці у 6,3 рази, то у доларах США – у 1,8 рази.

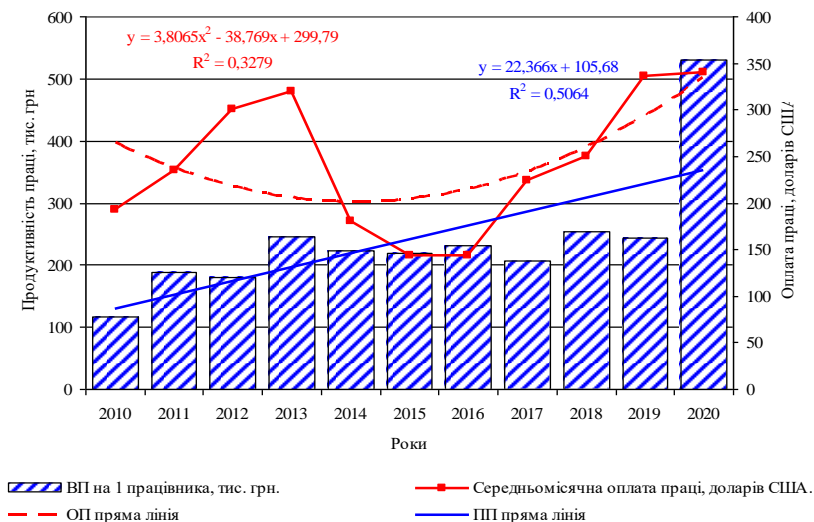


Рисунок 1 – Динаміка продуктивності і оплати праці в господарстві

Середньомісячна оплата праці працівників в середньому по господарству у 2020 р. становила 9618 грн. або 340 доларів США. Вирівнювання динамічного співставного ряду оплати праці за 2010 – 2020 рр. за рівнянням параболі другого порядку ($R^2 = 0,3279$) показало, що з 2010 р. до 2014 р. мали тенденцію до скорочення її рівня, з 2015 р. по 2020 р. – оплата праці зростає.

Ми провели оцінку досягнутого рівня оплати праці, для чого порівняли оплату праці у господарстві із середнім рівнем оплати праці у сільському господарстві Харківської області за 2010 – 2020 рр. Слід відмітити позитивні тенденції, оскільки лише двічі - у 2011 р. і у 2019 р. – заробітна плата у господарстві була нижчою за середньообласний рівень (відповідно на 1,5% і на 1,9%). У 2020 р. рівень оплати праці у господарстві був на 4,6% вищим за середній рівень по сільському господарству Харківської області.

В основі довгострокового економічного зростання підприємства лежить високий рівень продуктивності праці, який обов'язково

пов'язують із оплатою праці. Згідно наших розрахунків, у господарстві у 2020 р. темпи зростання продуктивності праці у 2 рази перевищують темпи зростання оплати праці (винятком були лише 2011, 2017 і 2019 роки). Це є свідченням нормальних економічних умов підприємства. Випереджаюче зростання продуктивності праці порівняно з оплатою не породжує інфляцію, є головним фактором зниження собівартості і збільшення нагромаджень.

Нам був проведений аналіз впливу факторів на фонд оплати праці (на прикладі працівників робітничих професій). Для цього ми використали метод абсолютних різниць детермінованого факторного аналізу. У квітні 2020 р. фонд оплати праці трактористів-машиністів становив 50,6 тис. грн., що на 21237 грн. менше рівня 2019 р. Економію фонду заробітної плати у розмірі 31912 грн. досягнуто за рахунок скорочення чисельності працівників, бо за рахунок зростання середньомісячної оплати праці перевитрати фонду оплати праці становили 10675 грн. Аналогічна ситуація спостерігається по інших посадах працівників робітничих професій. В цілому по цій групі чисельність працівників скоротилася на 12 осіб, за рахунок чого економія фонду оплати праці становила 74694 грн. Середньомісячна оплата праці одного працівника робітничих професій у квітні 2020 р. була 7143 грн., що вище рівня 2019 р. За рахунок цього фактора перевитрати фонду оплати праці становили 18374 грн. Тому, у цілому за рахунок впливу обох чинників отримано економію витрат на оплату праці у розмірі 56320 грн.

Ми пропонуємо спеціалістам господарства використовувати методику детермінованого факторного аналізу для аналізу використання витрат на оплату праці по інших категоріях працівників підприємства: група загальногосподарського призначення, науково-виробничий відділ рослинництва, служба організації інноваційного розвитку, служба бухгалтерського обліку.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Губарева С.Є., гр. Бз-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.В. Нестеренко**

Державний біотехнологічний університет

На сучасному етапі трансформації економічних відносин нематеріальні активи створюють умови для здійснення господарської діяльності підприємств та сприяють підвищенню її ефективності та прибутковості. Важливою передумовою належної організації обліку нематеріальних активів є розуміння їх економіко – правової сутності та характерних особливостей, як ресурсів підприємства. Критичний аналіз численних трактувань дефініції «нематеріальні активи» дали можливість сформулювати його визначення, як законодавчо визнаних необоротних активів підприємства, у вигляді різних прав, що мають цільове призначення, реальну вартість та здатні приносити їх власникові (користувачеві) прибуток або іншу користь.

Нематеріальні активи – це цінності, які належать підприємствам і організаціям та не є фізичними матеріальними об'єктами, що уособлюють цінність в своїй фізичній суті, але мають вартісну та грошову оцінку завдяки можливості використання та отримання від них доходу. Характерною ознакою таких ресурсів є відсутність матеріального носія та надзвичайна складність визначення величини майбутнього прибутку від їх використання.

Узагальнення й систематизація підходів до класифікації нематеріальних активів як окремих авторів, так і нормативно – правових документів, аналіз практичних вимог підприємств дозволили розробити уточнену та деталізовану класифікацію нематеріальних активів за такими ознаками: стан використання; строк корисного використання; період отримання очікуваної вигоди; ступень ризику вкладень капіталу в нематеріальні активи; напрямки вибуття – із зазначенням мети їх застосування.

Удосконалення обліку нематеріальних активів неможливе без визначення їх достовірної оцінки. Оцінку нематеріальних активів у залежності від виду та шляхів надходження на підприємство доцільно здійснювати за такими методами: собівартості, капіталізації прибутку, спрощених методів дисконтування, звільнення від роялті. З метою посилення аналітичності облікової інформації та відповідності її потребам управління і аналізу рекомендовано відкривати до субрахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів» рахунки третього

порядку. Така інформація дозволить розробити єдиний порядок формування первісної вартості нематеріальних активів, незалежно від напрямку їх надходження. За сучасних умов господарювання коло нематеріальних активів розширюється, що вимагає обґрунтування включення окремих видів прав до їх складу та більш чіткої систематизації субрахунків для обліку. Це створило передумови для розширення кількості субрахунків до рахунку 12 «Нематеріальні активи»: 123 «Права індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг», 126 «Гудвіл», 128 «Організаційні витрати».

В умовах реформування економічних відносин виріє попит на інтегровані системи управління. Тому є нагальна потреба у створенні нових АРМ типу «Управління нематеріальними активами». На базі інструментарію програми «Інфо-Бухгалтер» є доцільним: розширення стандартного плану рахунків (введення додаткових субрахунків до рахунку 12 і рахунків третього порядку до субрахунку 154); розробка класифікатора «Нематеріальні активи», який містить аналітичну інформацію до субрахунків рахунку 12, відомості щодо структурного підрозділу та особи, відповідальної за використання окремих об'єктів, їх напрямку надходження, використання та вибуття, характеру володіння тощо; створення шаблонів господарських операцій з нематеріальними активами (для обліку витрат на їх створення, операцій руху внаслідок безоплатної передачі чи внеску до статутного капіталу підприємств); застосування необхідних бланків для документального оформлення (у разі використання комплексних первинних документів).

Вдосконалення аналізу нематеріальних активів є одним з першочергових заходів впливу на підвищення ефективності всієї системи обліку шляхом оцінки структури, динаміки і ефективності використання нематеріальних активів. Розрахунок ефективності використання нематеріальних активів вимагає комплексного підходу із застосуванням методів економічного аналізу, за допомогою яких можна визначити взаємозв'язок між чинниками використання нематеріальних активів і ефектом впливу на прибуток підприємства. Аналіз обсягу та динаміки нематеріальних активів вказує на зменшення обсягів майже усіх нематеріальних активів за видами, крім прав користування природними ресурсами. Найбільшу питому вагу, як показує аналіз складу та структури нематеріальних активів, займають права користування природними ресурсами та права на об'єкти промислової власності, а найменшу – права на знаки для товарів та послуг. Результати аналізу ефективності використання нематеріальних активів показали збільшення дохідності нематеріальних активів, не зважаючи на зменшення їх рентабельності.

ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ: ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ШЛЯХИ ЗМЕНШЕННЯ

Дерев'яно О.О., гр. Б-11м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **А.І. Кашперська**

Державний біотехнологічний університет

Підприємницька діяльність набула масштабного значення для економіки країни. Сфера послуг займає значиме місце на світовому ринку. Найпопулярнішою індустрією в сфері послуг є готельний бізнес. Оскільки підприємства готельного бізнесу мають значний попит у споживачів, управління діяльністю стає все складнішим. Дотримання стандартів, підвищення вибагливості споживачів в сучасних умовах викликають багато питань.

Для розвитку підприємства готельного бізнесу окрім власного капіталу та доходу від реалізації послуг, постає необхідність залучати позиковий капітал, що в свою чергу призводить до утворення зобов'язань, які можна визначити як обов'язки підприємства з виплати боргу, передачі активу, надання послуг, виконання робіт, що мають часову визначеність за звітними періодами.

На організацію обліку зобов'язань впливає визнання, оцінка та правильна їх класифікація. З метою правильної організації бухгалтерського обліку необхідно чітко розрізняти зобов'язання. Кожне підприємство може використовувати загальну класифікацію, але з урахуванням специфіки господарської діяльності, що сприятиме ефективному і сталому розвитку підприємства.

Доцільно зауважити, що не можна відокремлювати зобов'язання готельної галузі та пов'язані з їх погашенням витрати. Так, у готельному бізнесі вони виникають у зв'язку з наданням послуг: на утримання й оснащення номерів готелів та пов'язаних з цим розрахунки з постачальниками та іншими кредиторами; на обслуговування клієнтів у номерах; на оплату праці обслуговуючого персоналу; на охорону; на ремонт і технічне обслуговування номерів; на послуги підприємства-нерезидента «Booking»; на податки, пов'язані з діяльністю готелю (ПДВ, податок на прибуток, податки на землю, на нерухомість, екологічний збір, акцизний збір, рентна плата за використання надр у разі наявності власного джерела постачання води) тощо.

Для ефективного управління заборгованостями вважаємо за доцільне виділити наступні класифікаційні ознаки зобов'язань, а саме: за термінами погашення, за складністю, за визначеністю предмету виконання, за фактом погашення, за співвідношенням прав і обов'язків

суб'єктів, за забезпеченням, за порядком визначення суми зобов'язання, за видами діяльності та за видами погашення. Наведені критерії поділу якнайкраще відображають особливості кожного із видів зобов'язань, враховують основні чинники, що впливають на їх існування. Зазначена класифікація сприятиме правильному та чіткому групуванню зобов'язань для їх обліку та подальшого аналізу.

Облік зобов'язань потребує виваженого організаційно-методичного підходу з метою отримання достовірної інформації щодо її виникнення та термінів погашення. Правильне тлумачення поняття зобов'язання і віднесення його до тієї чи іншої класифікаційної групи є дуже важливим, оскільки від цього залежить відображення або не відображення заборгованості в обліку та звітності.

Велике значення для налагодженого функціонування суб'єктів готельного бізнесу має чітка фінансово-облікова дисципліна, згідно до якої системі управління готелем доцільно стежити за наявністю активів, зобов'язань та управлінням заборгованостями, стримуванням поточних зобов'язань та запобіганням виникненню довгострокових. Реалізація цих завдань сприятиме мінімізації витрат на підприємстві.

Неабиякий вплив на стан готельної галузі має економічна криза 2019-2020 рр., що стала наслідком пандемії COVID-19 та призвела до зменшення кількості готелів та аналогічних засобів розміщення, а, отже, й обсягу реалізації послуг. Саме тому з метою стабілізації діяльності суб'єкти готельного бізнесу потребують вживання додаткових заходів зокрема шляхом збільшення прибутку завдяки пошуку нових джерел доходів. Так, готелі можуть отримувати дохід від реалізації готової продукції або товарів; здавати конференц-зал в оренду для проведення зборів (презентацій); влаштовувати платні майстер-класи з готельного бізнесу, семінари з управління; організовувати платне навчання (стажування); надавати бізнес-послуги (послуги перекладачів, оформлення віз для виїзду закордон або страхових полюсів тощо); надавати консультаційні послуги в сфері туризму. Окрім зазначених способів, не варто нехтувати залученням інвестицій до підприємства, що є вагомим внеском до капіталу готелю.

Отже, варіантів оптимізації роботи готелю, раціональної організації обліку зобов'язань, їх зменшення та забезпечення отримання прибутку, навіть під час пандемії, достатньо. Тому власникам готелів необхідно обрати найефективніші способи отримання додаткового доходу задля підтримання стійкого фінансового стану та можливості погашення зобов'язань. Застосування зазначених заходів сприятиме фінансовій стійкості, платоспроможності суб'єктів готельного бізнесу, а також підвищенню довіри з боку контрагентів та держави.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І КОНТРОЛЮ ТОВАРОРУХУ КВІТІВ І РОСЛИН

Добровольська Л.В., гр. 201-Мз
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. Т.Д. Косова
Національний авіаційний університет

В умовах високої конкуренції між торговельними підприємствами, нестабільного і динамічно змінюваного зовнішнього середовища, наявності обмежень, пов'язаних із необхідністю запобігання поширенню COVID-19, виникає необхідність у зменшенні трансакційних витрат і раціоналізації товароруху. Остання досягається за рахунок логістичного управління, що полягає в оптимізації розміру товарних запасів, визначенні обсягів постачання та конкретних їх каналів. Наявність злагоджених ланцюгів постачання товарів відіграє важливу роль для збільшення обсягів оптового і роздрібного товарообороту. особливо для квітів і рослин. Вони є біологічними активами, тому на їх товарну форму значний вплив має температурний режим транспортування і зберігання, а також термін, який спливає після того, як квіти були зрізані.

Оптова і роздрібна торгівля квітами тісно пов'язана з квітникарством як галуззю рослинництва та напрямом декоративного садівництва, що займається селекцією та вирощуванням рослин для зрізу чи оранжерей, створенням зелених насаджень відкритого ґрунту та декоративних цілей.

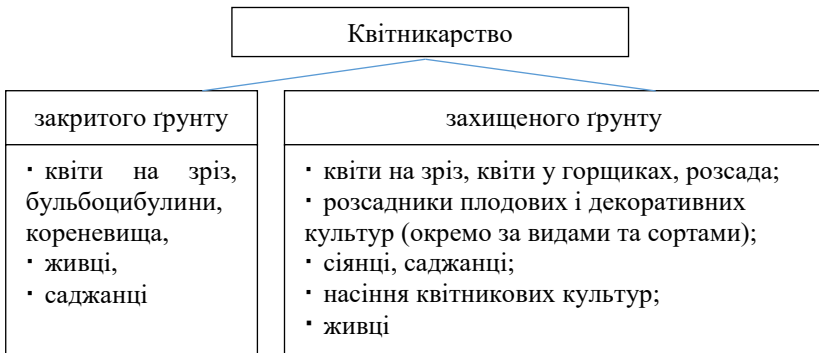


Рисунок 1 – Склад продукції квітникарства

Значний обсяг продукції квітникарства визнається продукцією сільськогосподарського виробництва. Зокрема, це: лікарські рослини,

саджанці (хмелю, троянди (ефіроолійної), квіткових насаджень, декоративних насаджень), черешки лаванди, квітова розсада, інший посадковий квітковий матеріал (цибулини, бульби, тощо), рослини в горщиках, ящиках тощо, троянда, гвоздика, інші квіти. У сільськогосподарських підприємств для їх обліку використовують рахунок 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва». До субрахунку 271 «Продукція рослинництва» відкривають рахунки 4-го порядку: 2711 «Насіння, плоди квіткових, лікарських та ефіроолійних культур»; 712 «Листя, коріння, квіти та зелена маса лікарських та ефіроолійних культур»; 2713 «Саджанці товарні»; 2714 «Розсада для продажу». На зазначених рахунках продукція квітництва в процесі вирощування обліковується за фактичною собівартістю, а після оприбуткування підлягає оцінці за справедливими цінами і відображається на субрахунку 26 «Готова продукція»: 261 «Квіти на зріз», 262 «Квіти у горщиках». Нормативно-правовою основою організації і методики обліку вирощування і торгівлі квітами та рослинами є Національні положення (стандарты) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», 16 «Витрати» та 30 «Біологічні активи».

У торгівельних підприємств для бухгалтерського обліку товароруху квітів і рослин використовують субрахунки рахунку 28 «Товари». На субрахунку 281 «Товари на складі» обліковуються зазначені товарні запаси, що знаходяться на складах підприємства, оптових базах тощо. До субрахунку 282 «Товари в торгівлі» пропонується відкрити два рахунки 4-ого порядку: 2821 «Товари в русі», на якому відображаються квіти і рослини в процесі їх доставки від постачальника до торгівельного підприємства, а також від торгівельного підприємства до покупця; 2822 «Товари на місцях стаціонарної торгівлі» - для обліку товарних запасів, що знаходяться в місцях їх реалізації: в магазинах, кіосках тощо.

Напрямом економії логістичних витрат є організація торгівлі квітами і рослинами в електронному магазині на основі інформації, розміщеної на його *web*-сторінці. Для відображення в обліку зберіганні і товароруху квітів і рослин в електронній торгівлі пропонуємо використовувати рахунки 281 і 2821. Для документального оформлення операцій купівлі-продажу використовують первинний документ, представлений бланком замовлення. В умовах електронної торгівлі він не має паперової форми, а представляє файл, масив інформації, який налає важливу інформацію для забезпечення контролю товароруху квітів і рослин, визнання доходу від їх реалізації, проведення факторного аналізу, тобто визначення впливу зміни фізичних обсягів продажу товарів та їх цін на величину товарообороту.

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ОПЛАТИ ПРАЦІ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Дроб'язко В. В., гр. маг. ОіО 1-1
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.І. Рагуліна**,
Державний біотехнологічний університет

Оплата праці в аграрних підприємствах є однією з найскладніших частин економічних явищ та найважливіших соціально-економічних аспектів, аудит якої є одним найбільш трудомістким.

Аудитор, який проводить перевірку по даному об'єкту обліку, повинен володіти не тільки методами обліку праці та заробітної плати, але й спеціальними знаннями, що стосуються сільського господарства. Необхідно чітко уявляти собі порядок тарифікації сільськогосподарських робіт і визначення норм виробітку або норм обслуговування тварин, послідовність виконання сільськогосподарських робіт, склад спеціалізованих форм первинної документації, бухгалтерської та статистичної звітності. В окремих випадках можуть знадобитися консультації агронома, зоотехніка, інженера.

Завданням аудиту розрахунків з оплати праці може бути перевірка: дотримання нормативно-правових актів щодо нарахування оплати праці; правильність нарахування заробітної плати, відповідність її обсягам та розцінкам за відрядною формою; правильність, повнота та своєчасність здійснення утримань з усіх видів оплати праці та категорій працівників за відповідний період; правильність, повнота та своєчасність здійснення відрахувань за всіма видами оплати праці за відповідний період; перевірка правильності нарахування виплат допомоги з тимчасової непрацездатності із врахуванням страхового стажу працівника; своєчасність перерахування внесків (єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування); своєчасність видачі заробітної плати працівникам та правильність розрахунків з депонентами; правильність відображення розрахунків з оплати праці у системі бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Особливо прискіпливо вивчають нарахування заробітної плати тимчасовим (сезонним) працівникам. Необхідно з'ясувати причину цих витрат й уточнити, чи не було випадків нарахування заробітної плати на основі підроблених документів або через підставних осіб.

Під час аудиту використовуються різні методи й методичні прийоми: перерахунок, перегляд, оцінка фактичної наявності, зіставлення, оцінка. Перевіряються розрахункові та платіжні відомості,

особові рахунки співробітників, а також первинні документи (табелі, наряди тощо), на основі яких здійснюються нарахування заробітної плати. Потрібно звернути увагу на правильність заповнення цих документів, відповідність їх заповнення чинному законодавству та нормативним документам. Після тестування аудитор розробляє програму перевірки, згідно з якою здійснюється детальне вивчення операцій.

Базою для проведення аудиту заробітної плати є такі документи: штатний розпис; трудові угоди, колективний договір при його наявності; накази, які регулюють нарахування заробітної плати; правила внутрішнього трудового розпорядку; положення, які регулюють систему преміювання на підприємстві.

Також для складання повноцінного аудиторського висновку необхідно вивчити первинні документи, облікові реєстри по нарахуванню заробітної плати та утримань з неї, бухгалтерську звітність і форми податкової звітності для перевірки стану розрахунків ПДФО, ВЗ та ЄСВ.

Типові помилки і порушення, які виявляються аудитором при аудиті оплати праці на сільськогосподарських підприємствах: неналежне ведення обліку (неправильна кореспонденція рахунків, розбіжності між даними аналітичного і синтетичного обліку і т.п.); відсутність обов'язкових системних документів, пов'язаних з оплатою праці; невідповідність форми і змісту системних документів встановленим вимогам; недотримання умов праці, передбачених трудовим кодексом України; неправильне обчислення середнього заробітку, а також належних працівникам компенсацій.

За результатами проведеної аудиторської перевірки виявляють якість інформації, яка може бути використана для аналізу системи оплати праці на сільськогосподарських підприємствах, розвитку соціальної інфраструктури в організації та відтворення робочої сили.

Отже, проведення аудиту оплати праці дає можливість виявити помилки та уникнути їх в майбутньому. Застосування на підприємстві заходів, розроблених при проведенні аудиторської перевірки дає можливість вести якісний, вірний та своєчасний облік оплати праці.

Головним направленням підвищення якості аудиту є розробка внутрішньогосподарської методики аудиту, робочої документації, оформлення у вигляді внутрішньогосподарських стандартів. Загалом, раціональна організація аудиту оплати праці в аграрних підприємствах допомагає підвищити продуктивність праці робітників суб'єкта господарювання та оптимізувати його фінансовий стан.

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ АНАЛІТИЧНИМ МЕТОДОМ ЕКСТРАПОЛЯЦІЇ ТЕНДЕНЦІЙ

Дроб'язко В.В., гр. маг. ОіО 1-1
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Ярова**
Державний біотехнологічний університет

Первинні прогнози, як правило, зводяться до екстраполяції тенденції. При цьому можуть використовуватися різні методи в залежності від вихідної інформації. Аналітичні методи екстраполяції тенденцій засновані на застосуванні методу найменших квадратів до динамічного ряду і поданні закономірності розвитку явища в часі в вигляді рівняння тренда, тобто математичної функції рівнів динамічного ряду (y) від фактора часу (t): $y = f(t)$. Використовуючи відповідну криву зростання, можна дати прогноз (як правило, короткостроковий) [1].

Процедура розробки прогнозу з використанням кривих зростання включає в себе наступні етапи: 1) вибір однієї або декількох кривих, форма яких відповідає характеру зміни ряду динаміки; 2) оцінка параметрів обраних кривих; 3) перевірка адекватності обраних кривих прогнозованого процесу; 4) розрахунок точкового (інтервального) прогнозів.

Одним із основних показників ефективності господарювання є рівень продуктивності праці. Для аналізу рівня продуктивності праці в аграрних підприємствах використовується ціла система повних та неповних, натуральних, умовно-натуральних, вартісних показників. Для її характеристики на виробництві окремих видів продукції краще використовувати трудомісткість продукції, для аналізу у цілому по господарству краще використовувати вартісний показник - вартість валової продукції сільського господарства у співставних цінах у розрахунку на одного працівника.

Нами були попередньо зібрані і згруповані обсяги виробництва конкретних видів продукції рослинництва, про середньооблікову чисельність штатних працівників господарства за 2010-2020 рр., визначено з використанням нині діючих постійних цін на сільськогосподарську продукцію 2016 року вартість валової продукції по господарству в цілому і на 1 працівника.

Для абстрагування від випадкового коливання рівнів продуктивності праці за тривалий динамічний період ми застосували аналітичне вирівнювання способом найменших квадратів, використовуючи рівняння прямої лінії і параболи другого порядку.

Вирівнювання динамічного ряду продуктивності праці одного працівника за рівнянням прямої лінії показало, що у середньому за рік вона зростала на 22,36 тис. грн.

Тенденцію зміни продуктивності праці за 2010 – 2020 рр. краще відображає поліном другого ступеня. Про це свідчить значення коефіцієнта достовірності апроксимації: $0,594 > 0,5062$. Рівняння параболи показує, що у 2009 р. вирівняний рівень виробництва валової продукції сільського господарства на одного працівника становив 192,46 тис грн. Початкова швидкість зниження продуктивності праці – 17,646 тис грн., а середнє прискорення зміни щорічних рівнів продуктивності праці – 3,3338 тис. грн.

Побудовані трендові рівняння з використанням прямолінійної та криволінійної функцій можна використовувати при прогнозуванні рівня продуктивності праці в досліджуваному аграрному підприємстві. Екстраполяція полягає у результаті поширення виявлених тенденцій зміни на основі даних вирівняного динамічного ряду. Це вважається одним із основних методів прогнозування динаміки показників.

Обидва отримані нами короткострокові точкові прогнози розвитку подій свідчать про подальше зростання рівня продуктивності праці у найближчі п'ять років за умови збереження виявлених тенденцій за 2010 – 2020 рр. Прогнози різняться лише розмірами приростів досліджуваного показника. Перший «оптимістичний варіант» полягає у подальшому зростанні продуктивності праці за умови збереження виявлених тенденцій за рівнянням полінома другого порядку. Короткострокове прогнозне значення продуктивності праці на 2025 р. перевищує показник 2020 року на 43,8% і може досягти рівня 763,58 тис. грн. на одного працюючого.

Другий «песимістичний» прогноз базується на тому, що згідно параметрів прямолінійної функції передбачуване точкове значення продуктивності праці у господарстві на 2025 р. може становити 463,55 тис грн. У порівнянні із фактичними даними 2020 р. це нижче на 12,7%. Отже, екстраполяція тренду дозволила встановити точкові прогнозні значення досліджуваного показника у господарстві на 2025 р., які можуть коливатися від 463,55 тис. грн. до 763,58 тис. грн. (за умови збереження виявлених тенденцій зміни).

Інформаційні джерела:

1. Статистика: учеб. И.И. Елисева [и др.]; под ред. И. И. Елисейвой. – М.: Проспект, 2010. - 448 с.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ І МЕТОДИКИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ НА ТРАНСПОРТІ

Клименко М.І., гр. 201-Мз

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Т.Д. Косова**

Національний авіаційний університет

Періодичні соціально-економічні кризи, пандемія COVID-19 несприятливо впливають на обсяги перевезень підприємств усіх видів транспорту. Зменшення обсягу їх фінансових ресурсів обмежує можливості для оновлення парку транспортних засобів за рахунок власних коштів. Для вирішення зазначеної проблеми вітчизняні суб'єкти господарювання все частіше вдаються до надання транспортних послуг на основі оперативного або фінансового лізингу авто- та залізничного транспорту. На результативність використання зазначеної схеми великий вплив має організація і методика обліку, аналізу та контролю лізингових операцій на транспорті.

Лізингові механізми активно використовують суб'єкти господарювання, що здійснюють економічну діяльність за кодами: 49.1. Пасажирський залізничний транспорт міжміського сполучення, 49.2. Вантажний залізничний транспорт, 49.3. Інший пасажирський наземний транспорт, 49.4. Вантажний автомобільний транспорт, надання послуг перевезення речей. Результатом діяльності зазначених підприємств є надання специфічних послуг, які не мають матеріальної форми і відрізняються напрямками формування доходів, складом і структурою витрат. Лізингові механізми можуть використовуватися для оновлення парку транспортних засобів, які використовуються як для регулярних, так і нерегулярних перевезень.

В основі документального оформлення лізингових операцій лежить лізинговий договір і акт-прийому передачі об'єкту оперативного (фінансового) лізингу. Після його підписання і реєстрації податкової накладної в електронному реєстрі підприємство має право на отримання податкового кредиту за фінансовим лізингом. Право власності на нього перейде після виконання всіх умов за договором, здійснення останньої оплати і підписання акту прийому-передачі основного засобу у власність лізингоотримувача.

Важливе значення для чіткої організації облікових процедур лізингу має визначення відповідних функцій, прав і обов'язків у посадовій інструкції головного бухгалтера транспортного підприємства. До основних із них слід віднести: участь в укладанні договорів

оперативного і фінансового лізингу, визначення їх податкових та фінансових наслідків, розробка порядку передачі прав власності на транспортні засоби при фінансовому лізингу, складання графіку сплати лізингових платежів. В обліковій політиці підприємства має бути відображені методи: нарахування амортизації транспортних засобів, обліку виробничих витрат у розрізі елементів, калькулювання витрат на технічне обслуговування, списання запасів у цілому та за окремими складовими (для автотранспорту – це паливо, запчастини, мастило, списання шин); нарахування заробітної плати тощо.

Транспортні засоби, отримані в лізинг, відображаються в обліку за субрахунками рахунку 10 Основні засоби з віднесенням амортизації на рахунок 131. На транспортних підприємствах для нарахування амортизації найчастіше використовується лінійний метод або виробничий метод, на основі застосування показників пробігу транспортного засобу, для списання палива - методи ФІФО та ціни продажу, для списання запчастин - метод ідентифікованої собівартості.

Витрати на обслуговування об'єктів транспортних засобів, що знаходяться в фінансовій оренді, несе лізингоотримувач. У бухгалтерському обліку вони відображаються за дебетом рахунків 23, 91, 92, 93 в залежності від функціональної ролі використовуваних орендованих основних засобів. Видатки з обслуговування лізингових договорів (послуги, комісії, відсотки тощо) відносяться на витрати щомісячно методом нарахування і відображаються за дебетом рахунку 952 Інші фінансові витрати в кореспонденції з рахунками зобов'язань.

За об'єктами, що знаходяться в оперативному лізингу, матеріальні витрати на їх обслуговування може нести як лізингодавець, так і лізингоотримувач відповідно до умов договору. У першому випадку заміна шин, мастила може здійснюватися лізинговою компанією та включатися до лізингового платежу.

Ефективність транспортної послуги визначається обсягами пасажиро- та/або вантажообороту у натуральних та вартісних вимірниках. Питомим показником є ресурсовіддача, яка розраховується відношенням обсягу реалізованих транспортних послуг до залишкової вартості основних засобів. Базою для розрахунку фондovіддачі може слугувати як вартість усього парку транспортних засобів, так і тих, що знаходяться у лізингу. Враховуючи необхідність погашення лізингових платежів, фондovіддача орендованих об'єктів транспорту має бути вищою. Таким чином, напрямими удосконалення обліково-аналітичної та контрольної системи підприємства в частині лізингових операцій має стати врахування бізнес-процесів надання транспортних послуг із використанням механізмів оперативного і фінансового лізингу.

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ЗОВНІШНЬОГО І ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В ФОРМАТІ МСФЗ

Ковальова С.В., гр. БЗ- 10м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Л.М. Янчева**

Державний біотехнологічний університет

Тенденції розвитку суспільства свідчать, що аудит не можна розглядати тільки як економічну систему, він все більше трансформується в соціально-економічну систему. В умовах постіндустріального суспільства одним з основних питань є відповідальність в широкому розумінні, яка охоплює взаємини суб'єктів ринкових відносин: держави, фірми і індивідів (особистості).

Принцип відповідальності за надання послуг на належному рівні вперше визначений МФБ у Положенні про зобов'язання організацій - членів МФБ І «Забезпечення якості», МСКЯ І «Контроль якості для фірм, що виконують аудити та огляди фінансової звітності, а також завдання з надання впевненості і супутні послуги» і МСА 220 «Контроль якості аудиту фінансової звітності».

Аналізуючи можливості використання таких документів як «Біла книга», Восьма Директива Європейського Союзу, що регулює в цілому аудиторську діяльність в рамках ЄС, стандартів, які діють щодо контролю якості МФБ, як концептуальних основ розвитку контролю якості аудиту в Україні, у літературі наголошується на необхідності їх адаптації з урахуванням особливостей регулювання і стану аудиторської діяльності на сучасному етапі реформування.

«Біла книга» і Восьма Директива ЄС не охоплюють весь комплекс проблем контролю якості і можуть бути використані в якості окремих компонентів і елементів концептуальних основ розвитку систем контролю якості аудиту в Україні. На нашу думку, ці документи визначають загальні завдання і напрямки вирішення проблеми, не дають цілісного уявлення цілей і завдань, тому сама концепція вдосконалення контролю якості вимагає розробки.

На практиці в Україні контроль якості аудиторських послуг здійснюється на двох рівнях: зовнішньому – на рівні АПУ і САУ (спілки аудиторів України) та внутрішньому – на рівні аудиторської фірми.

«Концепція системи забезпечення якості аудиторських послуг в Україні», що була розроблена та впроваджена Аудиторською палатою України у 2013 році на підставі Директиви 2006/43/ЄС Європейського Парламенту про обов'язковий аудит фінансової звітності та

консолідованої звітності не враховує новітніх змін та вимог зовнішніх користувачів аудиторських звітів.

Викремлення Законом «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» у контролі за аудиторською діяльністю суспільного нагляду та організації роботи з виконання завдання з обов'язкового аудиту потребує внесення змін в «Концепцію системи забезпечення якості аудиторських послуг в Україні». Зміни стосуються організації системи забезпечення якості, її функціонування, забезпечення роботи зовнішніх контролерів якості ОСНАД та АПУ.

Щодо якісної оцінки внутрішнього аудиту, вважаємо за необхідне виділити завдання внутрішнього аудиту: аналіз і оцінка дотримання принципів облікової і управлінської політики підприємства; розгляд порядку і особливостей функціонування конкретних підрозділів підприємства; оцінка виконання заданих параметрів кожним підрозділом; пошук внутрішньогосподарських резервів, розробка рекомендацій щодо їх збільшення, пошук нових шляхів створення резервів.

Таким чином, поява в системі управління функцій внутрішнього аудиту, свідчить про те, що відбувається перебудова аудиту від класичного (перевірка фінансової звітності) до ризик - орієнтованого аудиту. Основними критеріями якості проведення внутрішнього аудиту, як функцій управління є наступні:

- 1) ефективність системи внутрішнього аудиту;
- 2) продуктивність системи внутрішнього аудиту;
- 3) економічність системи внутрішнього аудиту.

Між наведеними критеріями існує конкретний взаємозв'язок, представлений на рис. 1.

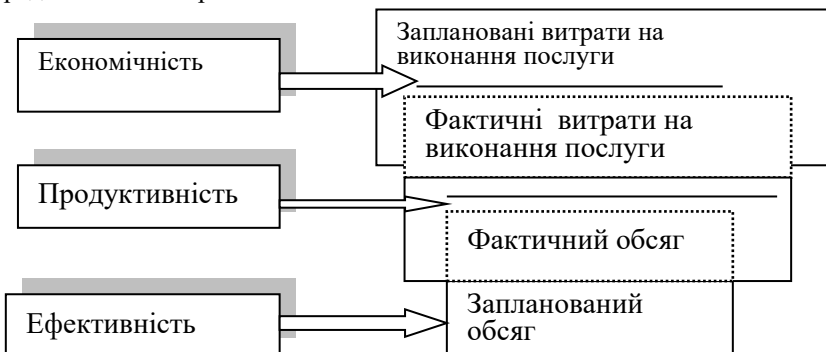


Рисунок 1 – Взаємозв'язок критеріїв якості внутрішнього (управлінського) аудиту

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Король Є.Я., гр. ООмаг-1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.О. Сколотій**

Державний біотехнологічний університет

Для того, щоб забезпечити ефективний виробничий процес на підприємстві, велику увагу необхідно приділити запасам, які є важливою частиною активів підприємства. Організація господарської діяльності підприємств, своєчасна та повна інформація про виробничі запаси займає важливе місце в їх діяльності. Основною метою кожної господарської одиниці є вдосконалення системи обліку запасів, яка надає інформацію про стан та рух запасів, тому пошук шляхів удосконалення обліку запасів в Україні залишається актуальним на сучасному етапі економічного розвитку.

З метою підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств необхідно вдосконалити методологію планування, аналізу та контролю запасів. Особливу увагу слід приділити аналізу, глибина якого залежить від об'єктивної оцінки результатів господарської діяльності, повноти виявлення резервів ефективного використання ресурсів та витрат.

Необхідними передумовами для належної організації обліку запасів є: раціональна організація управління складом, наявність інструкцій з обліку запасів, розробка інвентарного списку, групування класифікації запасів, розробка стандартів інвентаризації, правильна організація порядку надходження. Вибуття складських запасів допомагає спростити виробничий процес на всіх етапах переробки та випуску готової продукції, а вибір найбільш прийняттого методу оцінки товарних запасів вплине на точність фінансових результатів підприємства.

Практика показує, що процес обліку використання запасів все ще є трудомісткою сферою, тому багато підприємств мають певні недоліки, що призводить до значних втрат запасів. Це ще раз підтверджує, що з розвитком науково обґрунтованої системи обліку використання запасів, багато важливих проблем залишаються невіршеними.

Розглядаючи міжнародні стандарти обліку запасів, важливо звернути увагу на процес визначення собівартості запасів, а саме на витрати, які включаються до їх складу. Це включає витрати на переробку та інші витрати, які понесені для того, щоб доставити

запаси до їх поточного місцезнаходження та оновити їх. Інші витрати включають витрати, які виключаються із собівартості запасів та визнаються як собівартість у тому періоді, в якому вони були понесені, а саме:

а) надлишок відходів матеріалу, робоча сила чи інші виробничі витрати;

б) витрати на зберігання, за винятком витрат, пов'язаних з виробничим процесом і необхідних для підготовки до наступного етапу виробництва;

в) адміністративні накладні витрати, не пов'язані з доставкою матеріалів до їх поточного місцезнаходження та відновленням;

г) витрати на розподіл.

У цьому випадку, згідно з МСБО 2, перелік підприємств, яким через специфіку їх діяльності не дозволяється застосовувати оцінку запасів.

Серед таких проблем слід виділити наступні:

1) складний процес визначення ринкової та неринкової ціни запасів, що полягає у використанні бірж та обмінів на різні активи;

2) низький рівень оперативного інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємства;

3) поганий контроль та оперативне регулювання складських процесів;

4) обмежений контроль за використанням витратних матеріалів тощо.

Таким чином, для того, щоб вдосконалити організацію обліку виробничих запасів на підприємстві слід здійснити такі заходи:

1. Підвищення ефективності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств, яке впроваджується за допомогою інформаційних технологій обробки ділової інформації;

2. Удосконалення системи автоматизації бухгалтерського обліку та аналітичної роботи при управлінні запасами;

3. Чітка організація процедур обліку та контролю руху запасів підприємства (застосування методів обліку для центрів відповідальності, заходи контролю та оперативне регулювання процесів формування складу).

СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ДИНАМІКИ І СТУПЕНЯ ВАРІАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Король Є.Я., гр. ОіО маг-1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Ярова**

Державний біотехнологічний університет

Аналіз динаміки і ступеня варіації виробництва сільськогосподарської продукції за ряд років грає важливу роль у підвищенні ефективності аграрного виробництва, у своєчасному, оперативному прийнятті необхідних управлінських рішень. Варіація характерна всім без винятку явищам природи і суспільства, крім законодавчо закріплених нормативних значень окремих соціальних ознак [1].

На матеріалах конкретного сільськогосподарського підприємства нами були зібрані і зведені обсяги виробництва окремих видів продукції рослинництва (зернові культури, соняшник, соя) за одинадцять років. За допомогою постійних цін 2016 року, затверджених Державною службою статистики України, була визначена вартість валової продукції сільського господарства в цілому по підприємству У 2020 р. у господарстві було вироблено валової продукції сільського господарства на суму 16463 тис грн. За одинадцять років вартість її зросла на 10331 тис. грн. або у 2,7 р. (базисний темп зростання – 268,5%). У середньому за рік на протязі досліджуваного періоду абсолютний приріст вартості валової продукції становить 1033,1 тис. грн., відносний темп приросту – 10,4%. Для абстрагування від випадкового коливання рівнів продуктивності праці за 11-річний період ми застосували аналітичне вирівнювання способом найменших квадратів, використовуючи рівняння прямої лінії і параболи 4-го порядку.

Економічний зміст параметрів прямолінійної функції полягає у тому, що за 2010 – 2020 рр. у середньому за рік обсяги виробництва продукції сільського господарства зростали на 470,12 тис. грн. Тенденцію зміни валової продукції краще відображає криволінійна функція Маємо значення коефіцієнта достовірності апроксимації 0.8636 (проти 0,3773 за прямою лінією). Рівняння параболи 4-го порядку показує, що у 2009 р. вирівняний рівень вартості валової продукції становив 2480,3 тис грн. Згідно параметрів криволінійної функції маємо два період зростання досліджуваного показника: 2010–2013 рр. та 2018–2020 рр. Період 2014 - 2017 рр. характеризується скороченням обсягів виробництва.

У господарстві вирощують зернові (пшениця озима та яра, ячмінь ярий, гречка, просо, горох, кукурудза на зерно) та технічні культури (соняшник, соя). Нами були визначені відносні і абсолютні показники варіації обсягів виробництва основних видів продукції рослинництва за 2010–2020 рр.

Встановлено, що у 2020 році на підприємстві було отримано найвищий показник виробництва зерна озимої пшениці – 17794 ц за 11 років. Мінімальним валовий збір зерна був зібраний в 2010 р. – 4466 ц. Розмах варіації становить 13328 ц. Коефіцієнт осциляції показує, що розмах варіації на 1.3% перевищує середнє значення. Це невисокий рівень (при аналізі виробництва проса – 667%). Можна зробити висновок про незначну варіацію валового збору зерна озимої пшениці за 11 років, про що свідчить показник варіації 31,6%.

Більш високий ступінь коливання на підприємстві мають показники виробництва кукурудзи на зерно: розмах варіації – 7895 ц, коефіцієнт осциляції – 172,8%, коефіцієнт варіації – 54,5%. Істотно менше стало вироблятися зерна ярого ячменю (порівняно з 2010 р. менше у 22 рази). Це зумовило досить високу варіацію валових зборів: розмах варіації – 4524 ц, коефіцієнт осциляції – 176,5%, показник варіації – 63,3%. Можна припустити, що вирощування соняшнику стало стратегічно важливим для господарства, оскільки за 2010–2022 рр. виробництво його зросло майже у 8 разів.

Аналіз динаміки вартості валової продукції сільського господарства по аграрному підприємству в цілому і у розрізі її окремих видів за 2010–2020 рр. показав такі результати. Індекс фізичного обсягу продукції (268,5%) вказує на зростання вартості валової продукції сільського господарства за 11 років у 2,7 рази. У середньому за рік вона збільшувалася на 10,4%. Це відбулося за рахунок збільшення валових зборів озимої пшениці і насіння соняшнику. Адекватним середнім рівнем виробництва за 2010–2020 рр. характеризується тільки валовий збір озимої пшениці, по якому показник варіації становить 31,6%. По інших культурах – ячмінь ярий, кукурудза на зерно, соняшник, – маємо високий ступінь коливання (коефіцієнти варіації змінюються від 54,5% до 91,4%).

Інформаційні джерела:

1. Мостовий Г.І., Дегтяр А.О., Горкавий В.К., Ярова В.В. Теорія статистики: Навчальний посібник. Харків: Вид-во ХарPI УАДУ «Магістр», 2002. 300 с.

МЕТА ТА ЕТАПИ ПРОВЕДЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Кривич Н.В., гр. ОА 20-4м
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Т.Г. Маренич**
Державний біотехнологічний університет

Розвиток ринкової економіки передбачає нові механізми регулювання та використання виробничих запасів. Вони є важливою частиною циклу виробництва на будь-якому підприємстві та впливають на собівартість продукції. Збір, накопичення та обробка інформації про наявність, рух і використання виробничих запасів є важливою частиною системи бухгалтерського (фінансового) та управлінського обліку. Актуальність проблеми проведення аудиту на сільськогосподарських підприємствах пов'язана з потребою користувачів у правдивій та повній інформації щодо запасів для прийняття рішень.

Проблеми аудиту виробничих запасів були у колі зору багатьох вчених [1-5]. Не зважаючи на значні досягнення у вивченні та вдосконаленні методики аудиту виробничих запасів, багато питань досі є невирішеними.

Внутрішній аудит виробничих запасів проводиться окремою службою, що створена на підприємстві, забезпечує контроль їх ефективного використання. Група вчених зазначає, що метою аудиту виробничих запасів є встановлення законності та достовірності бухгалтерських операцій, пов'язаних з матеріалами, а також правильне відображення їх в бухгалтерському обліку [2, с. 224]. На думку Сиротюк Г. та Сиротюк К. основною ціллю є висловлення аудитором думки про те, чи відповідає фінансова інформація щодо руху і залишків запасів у всіх суттєвих аспектах нормативним документам, які регламентують порядок її підготовки і надання користувачам [3, с. 92]. Отже, можна стверджувати, що основна мета аудиту виробничих запасів на підприємстві полягає у перевірці правильності відображення даних щодо них у бухгалтерському обліку, а також їх відповідності нормативно-правовим актам, на основі аудиторських доказів.

До основних методів та прийомів, що використовуються при проведенні аудиту належать: аналітична перевірка, опитування, анкетування та тестування, арифметична перевірка, документальні процедури. У процесі планування підготовчого етапу аудитор досліджує процеси поставки, зберігання запасів і відпуску їх у

виробництво, окреслює коло основних постачальників, визначає наскільки суттєвим є аудиторський ризик і визначає межі допустимості перекуру [4, с. 169].

Вчені по-різному виокремлюють етапи проведення аудиту запасів. Наприклад, Бондар М. І. виділяє: аудит наявності та стану збереження виробничих запасів; аудит надходження виробничих запасів; аудит використання і вибуття виробничих запасів [1]. Ми згодні з думкою Галустьян А. В. та Кононової О. Є., які визначають такі етапи аудиту запасів: перевірка своєчасності, повноти проведення інвентаризації виробничих запасів і контролю виконання договорів із постачальниками й покупцями відповідних запасів; перевірка надходження виробничих запасів; контроль вибуття; підтвердження інформації про фактичні залишки на складах підприємства; проведення аналізу ефективності використання запасів; складання та подання аудитором аудиторського висновку [5, с. 272]. З наведеного можна дійти висновку, що етапи проведення аудиту пов'язані з надходженням, використанням та вибуттям виробничих запасів у процесі діяльності підприємства. Основними етапами аудиторської перевірки є: складання плану та програми перевірки, проведення аудиту та обробка аудиторських доказів, підготовка звіту та висновку.

Отже, аудит виробничих запасів є важливим елементом внутрішнього контролю на підприємстві для забезпечення користувачів достовірною інформацією з метою підвищення ефективності управління підприємством.

Інформаційні джерела:

1. Бондар М. І. Аудит в АПК: навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2013. 188 с.
2. Аудит: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / В. Я. Савченко, В. О. Зотов, С. А. Кириленко та ін. Київ : КНЕУ, 2011. 268 с.
3. Сиротюк Г., Сиротюк К. Методичні особливості аудиту виробничих запасів. *Вісник Львівського національного аграрного університету*. Серія: Економіка АПК. 2015. № 22 (1). С. 92-97.
4. Рогова Д. О., Беренда Н. І. Мета та стадії проведення аудиту виробничих запасів. *Причорноморські економічні студії*. Одеса. 2017. №16. С. 168-171.
5. Галустьян А. В., Кононова О. Є. Організаційні аспекти та методика внутрішнього аудиту виробничих запасів підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. №2 (07). С. 269-274.

МНОЖИННА РЕГРЕСІЯ ЯК МЕТОД ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Курганська М.Г., гр. маг ОіО 1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Ярова**

Державний біотехнологічний університет

Нами проведений аналіз реальних показників економічного розвитку аграрного підприємства за одинадцятирічний період за допомогою програмного продукту «STATISTICA». У модулі «Множинна регресія» зібрані методи, що дозволяють оцінити залежність однієї змінної від декількох інших незалежних змінних або предикаторів Теоретична залежність ґрунтувалася на припущенні, що продуктивність праці є функцією фондоозброєності і середньомісячної оплати праці працівників. Представлені результати множинної регресії стали основою оцінки економічних показників роботи аграрного підприємства.

Кореляційний аналіз використано, оскільки економічні показники не мають строго функціональної залежності, вони відносяться до стохастических зв'язків. Він дозволяє вивчати одночасний вплив декількох аргументів на одну функцію шляхом побудови багатофакторних кореляційних моделей. У нашому дослідженні були включені такі показники: 1) продуктивність праці по господарству (вартість валової продукції в порівнянних цінах у розрахунку на одного працівника), тис. грн., y ; 2) фондовоозброєність (вартість основних фондів на одного працівника), доларів США, x_1 ; 3) середньомісячна оплата праці, доларів США, x_2 .

В результаті багатофакторного кореляційного аналізу отримано наступне рівняння регресії, яке описує залежність продуктивності праці від рівня фондоозброєності і середньомісячної оплати праці одного працівника по сільськогосподарському підприємству за 2010 - 2020 рр.:

$$y_x = 108,0134 - 0,0044x_1 + 0,964x_2.$$

Параметр регресії $a_1 = -0,0044$ показує, що при збільшенні вартості основних фондів у розрахунку на одного працівника на 1 долар США продуктивність праці знижується на 4,4 грн. за умови, що середньомісячна заробітна плата залишається на середньому фіксованому рівні. Така зворотна залежність, на наш погляд не логічна, тому що збільшення фондоозброєності має вести до зростання продуктивності праці. Причиною конкретної ситуації може бути те, що в даному господарстві рівень зношеності основних фондів більше 60%.

Економічний зміст коефіцієнта регресії $a_2=+0,964$ полягає в тому, що при збільшенні середньомісячної оплати праці одного працівника на 1 долар США приріст продуктивності праці становить 964 грн. за умови, що показник фондоозброєності залишається на середньому рівні. Значення коефіцієнта регресії при x_2 є значущим при рівні значущості 0,5.

Множинний коефіцієнт кореляції становить $R=0,6006$ і свідчить про наявність середньої за ступенем тісноти залежності між показниками, включеними в кореляційну модель. Цей висновок підтверджує множинний коефіцієнт детермінації $R^2=0,361$. Варіація продуктивності праці в досліджуваному господарстві на 36,1% обумовлена впливом фондоозброєності і оплати праці працівників. На частку неврахованих в дослідженні чинників доводиться 63,9%.

Істотність показників тісноти залежності ми охарактеризували за допомогою F- критерію Фішера, фактичне значення якого становить 2,2567 і перевищує табличне значення (на рівні ймовірності 0,95).

Використовуючи β -коефіцієнти і парні коефіцієнти кореляції, ми виділили із загальної варіації (дисперсії) продуктивності праці кожен фактор окремо. За ступенем впливу на продуктивність праці по аграрному підприємству за 2010-2020 рр. на першому місці знаходиться рівень оплати праці одного працівника. На частку цього фактора припадає 32,7% загальної варіації результативного показника.

Побудована нами багатофакторна економетрична модель продуктивності праці пройшла перевірку на адекватність за критеріями множинного коефіцієнта кореляції, детермінації і коефіцієнта Фішера і може бути використана для прогнозування рівня продуктивності праці за значеннями фондоозброєності і оплати праці. Оскільки модель побудована за динамічним рядом, можна спочатку провести прогноз факторних ознак, а потім, підставивши у модель ці значення, знайти точкові (інтервальні) прогнози продуктивності праці. Коефіцієнт детермінації свідчить про гарне наближення лінії регресії до спостережуваних даних і про можливість побудови якісного прогнозу. Критерій Фішера підтвердив доцільність включення незалежних змінних у регресійну модель, достовірність показників тісноти залежності і значимість лінійної багатофакторної регресії. Наше завдання вимагає додаткових досліджень з виявлення чинників, що впливають на продуктивність праці в аграрному підприємстві.

У подальших дослідженнях планується доповнити методику множинної регресії перевіркою моделі на наявність (відсутність) мультиколінеарності і автокореляції.

ОСОБЛИВОСТІ КАЛЬКУЛЮВАННЯ ПРОДУКЦІЇ (РОБІТ, ПОСЛУГ) В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Маренич Т. Г., д-р екон. наук, проф.
Державний біотехнологічний університет

Основним завданням управлінського обліку є визначення достовірної фактичної виробничої та повної собівартості продукції (робіт, послуг), без якого неможливе ухвалення ефективних рішень. Такий облік є внутрішньою справою кожного суб'єкта господарювання, його принципи та методика не підлягають оприлюдненню і є комерційною таємницею підприємства. Процес визначення собівартості певного об'єкта витрат називається калькулюванням. В аграрних підприємствах калькулювання собівартості одиниці продукції (робіт, послуг) здійснюється для визначення ефективності запланованих і фактично здійснених агротехнічних, технологічних, організаційних і економічних заходів, спрямованих на розвиток і вдосконалення виробництва та для обґрунтування цінової політики підприємства [1]. Неякісне калькулювання, помилки в калькуляційних розрахунках неминуче призводять до негативних явищ в діяльності підприємства, збитків або відмови від виробництва того чи іншого виду продукції, наслідком якого також будуть суттєві втрати.

У калькулюванні собівартості продукції (робіт, послуг) можна виділити три етапи: розраховується собівартість випущеної продукції в цілому; визначається фактична собівартість кожного виду продукції; розраховується собівартість одиниці продукції [2]. Собівартість одержаної продукції представляє собою фактичні витрати на її виробництво. 2-й і 3-й етапи підприємства застосовують з урахуванням цілей та особливостей організації управлінського обліку, прийнятої методики оцінки готової продукції (робіт, послуг).

При обчисленні собівартості продукції (робіт, послуг) важливе значення має визначення складу витрат, що включаються до неї. Основним нормативним документом, що визначає порядок формування собівартості продукції, є НП(С)БО 16 «Витрати». Зокрема, пунктами 11-16 НП(С)БО 16 визначено склад собівартості продукції, робіт і послуг, загальновиробничих витрат. Проте цей стандарт окреслює лише загальні принципи формування собівартості, тоді як необхідним є розкриття безпосередньої методики калькулювання собівартості продукції, яка дозволяла б точно визначати величину прямих витрат. Затверджені Методрекомендації

№132 [1] мають рекомендаційний характер і можуть аграрними підприємствами не використовуватися. Запропонована в Методрекомендаціях методика калькулювання собівартості продукції ґрунтується на визначенні значної частки витрат, які включаються у собівартість на підставі умовних методів розподілу, що не завжди є раціональними та пов'язані з технологією і організацією сільськогосподарського виробництва. Оскільки фактична собівартість продукції в аграрних підприємствах розраховується в цілому за рік та враховуючи те, що отримана продукція від певних видів сільськогосподарської діяльності бере участь у виробництві іншої продукції, великий вплив на розрахунок собівартості виробленої продукції має черговість закриття рахунків з обліку галузей і виробництв у кінці року. Тому «вибір конкретних методів калькулювання входить до компетенції підприємства і залежить від потреб отримання необхідної інформації для прийняття оперативних, тактичних і стратегічних рішень» [3, с. 674]. Підприємства, які ведуть облік за міжнародними стандартами, звертаються до МСБО 2 «Запаси». У цілому слід зазначити, що ні національні, ні міжнародні стандарти бухгалтерського обліку не розкривають чітких правил калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг).

Отже, національні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку визначають тільки загальні засади обрахунку собівартості (витрат), не містять зрозумілої методики калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг), фактично віддаючи перевагу справедливій вартості. Вказані галузеві методичні рекомендації можуть використовуватися при розрахунку як планової, так і фактичної собівартості, але конкретні правила визначення фактичної собівартості кожне підприємство визначає самостійно і відображає їх в наказі про облікову політику підприємства.

Інформаційні джерела:

1. Методичні рекомендації з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: затв. наказом Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 р. № 132. станом на 31.10.2005 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01#Text> (дата звернення: 15.10.2021).

2. Зміст та правила калькулювання продукції, робіт та послуг. URL: <http://parusconsultant.com/?doc=08C7H14DA8> (дата звернення: 15.10.2021).

3. Маренич Т. Г. Бухгалтерський облік в агроформуваннях: Підручник. / За ред. В.Я. Амбросова. 2-е вид., допов. і перероб. Київ: ВД: «Професіонал», 2005. 896 с.

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ НАКАЗУ ПРО ОБЛІКОВУ ПОЛІТИКУ ЩОДО ОБЛІКУ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Маркевич Л. С., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.А. Подолянчук**
Вінницький національний аграрний університет

Зі стрімким погіршенням екологічного стану навколишнього середовища все більше актуальності набувають дослідження виробництва екологічної продукції як в Україні, так і у всьому світі. Якісне виробництво екологічно чистої продукції впливає як на стан екології, так і на підвищення якості рівня життя людини в цілому. Діюча система бухгалтерського обліку не забезпечує в повній мірі відображення у звітності облікової інформації стосовно виробництва органічної продукції та не задовольняє інформаційних потреб зацікавлених користувачів [1].

Одним із дієвих важелів удосконалення ведення бухгалтерського обліку на органічному підприємстві є доповнення наказу про облікову політику необхідними пунктами та додатками.

Слід звернути увагу на вимоги Закону «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», а також на спеціально розроблені рекомендації для бухгалтера екологічного господарства.

Наступним етапом є розробка робочого плану рахунків щодо виробництва органічної сільськогосподарської продукції, що додасть зручності обліку використовуючи додаткові синтетичні та аналітичні рахунки. Необхідно створити альбом спеціально розроблених форм обліку, оперограми документів та графік документообігу для обліку органічного сільськогосподарського виробництва.

Для визначення собівартості слід розробити номенклатури калькуляційних статей та методики калькулювання виробничої собівартості органічної продукції.

Логічною є потреба у наявності на підприємстві особи, яка буде відповідальною за облік органічного виробництва, контроль показників діяльності та звіти про виробництво органічної продукції. Залежно від розмірів діяльності це може бути бухгалтер з обліку виробництва продукції рослинництва, або ж окремо найнятий менеджер, чи бухгалтер з обліку виробництва органічної продукції. В останньому випадку необхідною є розробка посадової інструкції бухгалтера з обліку виробництва органічної продукції. У ній важливо

вказати про обов'язковість ведення цим бухгалтером оперативного обліку. Через відсутність шкідливих засобів захисту рослин органічне виробництво є більш вразливим до шкідників, несприятливих погодних умов тощо. В результаті цього необхідне прийняття оперативних рішень, які потребують витрат, більшість з яких стосується оплати праці. Бухгалтер з обліку виробництва органічної продукції має робити не тільки фактичні розрахунки, а й планові, що дасть змогу уникнути браку коштів під час проведення додаткових робіт [2].

Розроблену посадову інструкцію бухгалтера з обліку органічної продукції та наказу про облікову політику щодо обліку виробництва органічної сільськогосподарської продукції має бути затверджено.

Отже, правильне ведення бухгалтерського обліку з виробництва органічної сільськогосподарської продукції дозволить збільшити прибутки підприємства. Це ймовірно при вдосконаленні документування виробництва та виділенні специфічних статей витрат на вирощування органіки, створення окремих аналітичних рахунків, які прописуються в робочому плані рахунків, а також виділення окремих статей у фінансовій, статистичній та податковій звітності для зовнішніх користувачів, необхідність виокремлення бухгалтера з обліку виробництва органічної продукції та посадової інструкції для нього, затвердження окремого наказу облікової політики підприємства щодо виробництва органічної сільськогосподарської продукції з відповідними додатками.

Інформаційні джерела:

1. Маркевич Л.С., Подолянчук О.А. Понятійний апарат «органічна продукція» та напрями її обліку. *Агросвіт*. 2020. №4. С.99-104.

2. Низова Л.Ю., Золотарьова Н.С. Організаційно-технологічні особливості виробництва органічної продукції рослинництва та їх вплив на побудову обліку. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/175.pdf (дата звернення: 10.10.2021).

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «ВИТРАТИ» ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УПРАВЛІНСЬКІЙ СИСТЕМІ

Мілевич Г. В., гр. Б-10м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **О.В. Топоркова**

Державний біотехнологічний університет

Ефективність управління підприємствами ресторанного господарства (ПРГ), як відомо, в значній мірі залежить від достовірності обліку витрат. Існуюча практика обліку витрат не забезпечує в повній мірі оперативність ведення управлінського обліку на ПРГ. Витрати є одним із основних об'єктів управлінського обліку, тому необхідно мати чітке визначення терміну «витрати», а також їх роль в управлінській обліково-аналітичній інформаційній системі.

Поняття «затрати» і «витрати» зустрічаються і в міжнародному законодавстві, але МСФЗ не мають спеціалізованого стандарту, аналогу П(С)БО 16 «Витрати». Визначення поняття «витрати» надається безпосередньо в принципах підготовки та складання фінансової звітності і визначається як «зменшення економічних вигод протягом звітного періоду, що відбувається у формі відтоку чи виснаження активів або збільшення зобов'язань, що призводять до зменшення капіталу, не пов'язаних з його розподілом між учасниками акціонерного капіталу». Фактично, визначення витрат включають поняття збитків і витрат, що виникають в процесі звичайної діяльності.

Особливостями сучасного етапу дослідження витрат є удосконалення концепції управлінського обліку витрат в умовах застосування новітніх інформаційних систем. Облік витрат слід розглядати, як елемент сучасного управлінського обліку.

Провідними економістами висунута гіпотеза про те, що система показників управлінського обліку принципово не може бути постійною та повинна корегуватися залежно від специфіки завдань, що вирішуються під впливом умов функціонування виробничо-економічної структури, що зумовлює необхідність створення механізму активізації об'єктів обліку. В ході аналізу літературних джерел з'ясовано, що науковцями досліджується ряд питань: складові елементів політики управління витратами на ПРГ; оптимізація витрат на ПРГ та заходи по їх зниженню, з метою гарантування якості продукції та мотивування персоналу до пошуку та виявлення прихованих резервів; контроль витрат як на рівні підприємства, так і на місцях виникнення витрат, центрами відповідальності; особливості класифікації витрат, що впливають на організацію обліку

витрат; визначення сутності, значення та організації калькулювання; характеристика методів обліку витрат та калькулювання собівартості.

В процесі управління діяльністю ПРГ визначено взаємозв'язок системи бухгалтерського обліку та системи управління витратами, їх загальні та відмінні риси, роль (рис.1).

економічна с	11,5
класифікація	19,3
облік витрат	13
організація с	35,8
облік витрат	2,5
облік витрат	1,8
напрями водо	16,1

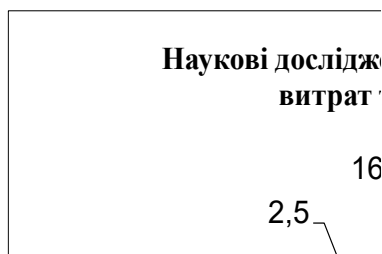


Рисунок 1 – Наукові дослідження в частині управлінського обліку витрат та калькулювання собівартості

Зарубіжний досвід свідчить про чітке розмежування понять «витрати» і «видатки» та використовує наступний підхід: витратами вважають «відтік або інше використання активів й/або виникнення кредиторської заборгованості в результаті відвантаження або виробництва товарів та включаються в розрахунок прибутку»; під видатками розуміють зменшення власного капіталу у результаті побічних або випадкових угод суб'єкта та усіх інших операцій, подій та обставин, які здійснюють на нього вплив протягом періоду, за винятком виплат власникам. В західному обліку немає чіткої класифікації витрат за елементами та статтями калькуляції. При цьому термін «елементи витрат», відповідає вітчизняному поняттю «статті калькуляції». Таким чином, витрати є спожиті у господарській діяльності ресурси, які ще не визнані витратами та відображаються у складі незавершеного виробництва, готової продукції, відвантажених товарів. З метою достовірного формування фінансового результату важливо правильно інтерпретувати це поняття. Аналіз бухгалтерської категорії «витрати» спрямований на формування теоретичних положень, які можуть бути у практичній роботі для ефективного управління, чіткого розмежування бухгалтерських рахунків витрат та закладеного в них юридичного змісту.

ОСОБЛИВОСТІ ДОПИТУ ЕКСПЕРТА-БУХГАЛТЕРА

Ніжегольцева О.А., ООЗ-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Ковальова**

Державний біотехнологічний університет

Під час розгляду справи, допит експерта-бухгалтера є важливим етапом для встановлення об'єктивної істини. Допит експерта, зазвичай, проводиться щодо висновку, який було винесено експертом-бухгалтером у суді, щодо наданих йому у дослідження матеріальних об'єктів, явищ та процесів. Зазвичай допит експерта-бухгалтера проводиться стосовно винесеного ним висновку по проведеній експертизі. Висновок експерта, як правило, складається з трьох частин: вступних, дослідницької і висновків. Здійснення допиту проводиться після надання експертом-бухгалтером слідчому (суду) письмового висновку.

Експерт-бухгалтер може бути допитаний з ініціативи дізнавача, слідчого, в провадженні яких знаходиться кримінальна справа, а також з ініціативи потерпілого, свідка, при проведенні експертизи від їхнього імені (ч. 2 ст. 80, ст. 206 КПК України). Судовий експерт може бути допитаний з приводу його відмови від дачі висновку, якщо їм на адресу дізнавача, слідчого направлено повідомлення про неможливість дати висновок.

Допит експерта не є обов'язковим і здійснюється в судовому засіданні в наступних випадках: при недостатній ясності і повноті висновку; для роз'яснення термінології і формулювань висновку; для більш детального опису ходу дослідження, використаних матеріалів і методик; з метою пояснення розбіжності між поставленими питаннями та висновками експерта; з метою з'ясування, в якій частині укладення пов'язано зі слідчими матеріалами; для пояснення причини розбіжності в думках експертів, якщо експертизу проводили кілька людей.

Перед початком допиту слідчий або суд посвідчує особу судового експерта, його компетентність, ставлення до даної справи, роз'яснює йому мету допиту, його права, обов'язки та відповідальність. Допит судового експерта здійснюється шляхом постановки питань, що стосуються роз'яснення, уточнення і доповнення даного ним висновку. Неприпустимо примус експерта до дачі неправдивих свідчень і свідчень щодо відомостей, які йому стали відомі у ході проведеного дослідження, але не мають відношення до предмету експертизи.

Після оголошення висновку експерта в судовому засіданні йому можуть бути задані питання сторонами, які беруть участь у

судочинстві. На поставлені запитання експерт може відповісти відразу, без відповідної підготовки або внаслідок їх складності просити про надання йому часу для підготовки відповіді. Суд має право надати судовому експерту час, необхідний для підготовки відповідей на питання суду і беруть участь у справі сторін (ст. 282 КПК України).

У процесі допиту слідчим може з'ясуватися зміст чорнових записів, співвідношення цих відомостей з даними бухгалтерського обліку і звітності економічного суб'єкта. У чорнових записах (книгах, зошитах і т.д.), долучених до кримінальної справи, містяться відомості, дослідження яких дозволяє встановити способи заподіяння матеріальної шкоди для власників, організацій або держави.

У цивільному процесі висновок експерта-бухгалтера оголошується в судовому засіданні. Для роз'яснення і доповнення висновку експерту задаються питання. Першою ставить питання сторона, яка виступила ініціатором призначення експертизи. Суддя може задавати питання експерту в будь-який момент його допиту і відхиляти питання, які не мають відношення до справи або не належать до компетенції експерта.

Допит експерта на попередньому слідстві і в судовому засіданні оформляється протоколом (ст. 166, 167 КПК України), в якому фіксуються поставлені йому запитання і відповіді на них. Правом експерта є доповнення протоколу і внесення до нього поправок, а також заяви щодо неправильності тлумачення учасниками процесу укладення або свідчень. Суд може їх задовольнити або відхилити (ст. 206 КПК України).

Таким чином, показання експерта - це повідомлені їм нові дані про обставини, які підлягають доведенню у справі, у відповідь на питання, що не знайшов дозволу в ув'язненні, але доступний для вирішення експертом без проведення додаткового дослідження.

Допит експерта слідчий (суддя) проводить з метою:

- уточнити компетенцію експерта і його ставлення до даної справи;
- отримати роз'яснення з даного висновку (про сутність термінів, понять, формулювань і ін.);
- визначити обґрунтованість застосування обраної методики дослідження, прийомів, розрахунків і т.д.;
- встановити доцільність використання матеріалів слідства, обраної методики або методів дослідження.

Показання експерта-бухгалтера, отримані при допиті, не є самостійним видом доказів, вони вважаються як би продовженням ув'язнення і тому мають доказове значення.

ПОРЯДОК РОЗРАХУНКУ РЕЗЕРВУ СУМНІВНИХ БОРГІВ

Опанасюк А.Р., гр. ОА-215Мз

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Бондаренко**
Національний авіаційний університет

Під час господарської діяльності підприємства виникають розрахунки з реалізації товарів, робіт та послуг внаслідок чого в обліку відображають розрахунки з покупцями та замовниками. На жаль, зазначені контрагенти не завжди вчасно проводять перерахунок своєї заборгованості до поточного рахунку продавця. Внаслідок чого виникає заборгованість, яка згодом може бути віднесена до простроченої заборгованості. Тому, для запобігання значних фінансових втрат в одному звітному періоді НП(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» (далі НПСБО 10) розкриває можливість розрахунку та відображення в обліку резерву сумнівних боргів.

Згідно даного стандарту резерв сумнівних боргів корегується на дату складання звіту про фінансовий стан підприємства (баланс) – щоквартально. На підставі п. 8 НПСБО 10 рекомендується застосування одного з двох методів нарахування резерву:

- за допомогою розрахунку абсолютної суми сумнівної заборгованості (метод «абсолютної суми»);

- за допомогою розрахунку коефіцієнта сумнівності, який може бути розрахований одним з трьох запропонованих способів:

а) розрахунок питомої ваги безнадійних боргів у чистому доході;

б) проведенням класифікації дебіторської заборгованості за строками непогашення;

в) розрахуванням середньої питомої ваги списаної протягом періоду дебіторської заборгованості в сумі дебіторської заборгованості на початок відповідного періоду за попередні 3 - 5 років.

Як зазначає лист Мінфіну від 07.07.2004 р. № 31-04200-01-29/12137 в залежності від різних видів дебіторської заборгованості можна проводити розрахунок різними методами обчислення розрахунку сумнівних боргів. Але з обов'язковим відображення в наказі про облікову політику підприємства обраного методу розрахунку резерву сумнівних боргів. Крім того, на підставі абзацу 11 п. 8 НПСБО 10 залишок резерву сумнівних боргів на дату складання балансу не може бути більшим, ніж сума дебіторської заборгованості на ту саму дату незалежно від методу, який застосовується.

З двох передбачених способів розрахунку резерву сумнівних боргів найбільш об'єктивним способом розрахунку є метод «Абсолютної суми». Це пов'язано з тим, що цей спосіб базується на проведенні аналізу платоспроможності кожного окремого контрагента. Як правило, підприємства з невеликим переліком підприємств-боржників зазвичай проводять розрахунок резерву сумнівних боргів за цим способом.

Під час відображення використання резерву сумнівних боргів в обліку слід пам'ятати, що резерв створюється підприємством під кожного контрагента окремо і забороняється його використання на покриття списання заборгованостей від інших контрагентів.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ

Перехода А.А., Плешинець К.В., гр.ОП-31

Науковий керівник – викл. вищої категорії, викл.-методист **Г.В. Заєць**
Красноградський аграрно-технічний фаховий коледж ім. Ф.Я. Тимошенка

Основою добробуту кожної людини, сім'ї, домогосподарства і населення країни в цілому є трудова діяльність людини. Найважливішими соціально-економічними правами громадян України виступають право на оплату праці і право на працю. Вони гарантуються Конституцією України, міжнародно-правовими актами та законами України. У зв'язку із цим, питання обліку розрахунків за виплатами працівникам піднялися на якісно новий рівень актуальності.

Без своєчасного, правильного, документально обґрунтованого, доступного і зрозумілого бухгалтерського обліку розрахунків за виплатами працівникам неможливе ефективне управління процесами у сфері праці і результативна діяльність підприємств будь-яких форм господарювання в цілому.

Базовими документами правового регулювання оплати праці працівників підприємств, установ та організацій усіх форм власності й видів діяльності є Закон України «Про оплату праці», Кодекс законів про працю України, Податковий кодекс України, Закон України «Про колективні договори і угоди», Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», П(С)БО 26 «Виплати працівникам» та інші.

Згідно з Податковим кодексом України, заробітна плата – це основна та додаткова заробітна плата, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, які виплачуються (надаються) платнику податку у зв'язку з відносинами трудового найму згідно із законом [1].

Калягіна О.М., Дубініна М.В. вказують, що відповідно до теоретичних передумов і законодавчого регулювання оплата праці в Україні є об'єктом національного, галузевого державно-нормативного і колективно-договірного регулювання, а також індивідуально-договірного регулювання та управління [2].

В Україні система організації регулювання оплати праці є багаторівневою, охоплює ринкове регулювання; державне регулювання; колективно-договірне регулювання та регулювання на рівні суб'єктів господарювання з використанням таких елементів, як тарифна система або безтарифна модель, нормування праці, форми і системи оплати праці та преміювання [3].

Закон України «Про оплату праці» визначає економічні, правові та організаційні засади оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах, відображає структуру заробітної плати, порядок встановлення і перегляду розміру мінімальної заробітної плати, джерела коштів на оплату праці, систему організації і тарифну систему оплати праці. П(С)БО 26 «Виплати працівникам» визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про виплати (у грошовій і негрошовій формах) за роботи, виконані працівниками, та її розкриття у фінансовій звітності.

Професором В.М. Жуком була розроблена Концепція документування господарських операцій для підприємств АПК для формування та запровадження ефективної системи документування господарських операцій (в тому числі і операцій з оплати праці) за різних форм господарювання на селі та умов комп'ютеризації на макрорівні [4].

Проблемними питаннями в організації обліку розрахунків з оплати праці: забезпечення організаційно-ефективної діяльності за рахунок упровадження методів заохочення; своєчасність виплат та нарахування заробітної плати; чітке розуміння регламенту під час організації праці; збільшення продуктивності праці за рахунок раціонального використання робочого часу. Зазначені аспекти потребують більш детального розвитку у майбутніх наших дослідженнях.

Інформаційні джерела:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 року № 2755-VI. Із змінами і доповненнями (редакція від 15.06.2021 р.). URL: <https://www.profiwins.com.ua/uk/legislation/kodeks/1349.html>.

2. Калягіна О.М., Дубініна М.В. Нормативно-правове регулювання та забезпечення обліку розрахунків з оплати праці на сільськогосподарських підприємствах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 15(1). С. 149-152.

3. Ільїн В.Ю., Сорокаліта Д.О. Нормативно-правове регулювання обліку розрахунків з оплати праці. *Молодий вчений*. 2016. №12.1 (40). С. 763-767.

4. Жук В.М. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки: монографія. К.: ННЦ «ІАЕ», 2009, 648 с.

ПОБУДОВА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ

Півторак Д.М., гр. Оп-51, **Протоцька Т.І.**, гр. Оп-22СП
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.С. Прокопишин**
Львівський національний аграрний університет

Без професійного управління, що ґрунтується на своєчасній та якісній обліковій інформації, неможлива діяльність жодного суб'єкта господарювання. Розв'язання цієї проблеми можливе завдяки національній системі бухгалтерського обліку та її розвитку.

Розуміння власників та менеджерів того, що крізь призму обліку можна впливати на внутрішні процеси діяльності: раціональне використання виробничих ресурсів, оптимізацію витрат, підвищення якості продукції та її конкурентоспроможності, зумовило введення в науковий обіг поняття «управлінський облік» [2].

В управлінні підприємством бухгалтерський облік – основна частина інформаційної системи. За його даними здійснюють планування, забезпечення ресурсами, організацію виробничого процесу (чи надання послуг, торгівлі тощо), координацію процесів, формують мотивацію виробляти (надавати послуги, продавати, ремонтувати, будувати, закуповувати тощо), проводять контроль усіх господарських процесів.

Концептуальні основи можна вважати закономірностями функціонування систем обліку. Концепцію обліку слід сприймати як опис організації логічної системи взаємопов'язаних цілей та понять, що приводить до створення узгодженого фінансового обліку та звітності [4].

Структура облікової інформації складна. Мінімальну структурну одиницю, що не підлягає смислому поділу, становить реквізит. Інформаційна сукупність реквізиту-основи та кількох реквізитів-ознак називається економічним показником. Носієм економічної інформації є

документ. Він утворюється одним або декількома економічними показниками.

Концептуальні засади бухгалтерського обліку та фінансової звітності визначені Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) та іншими нормативними документами, які враховують національні особливості ведення обліку в кожній окремій країні. Зокрема, в Україні це Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». До концептуальної основи бухгалтерського обліку в різних країнах можуть належати: мета обліку та складання звітності, принципи обліку, характеристика елементів об'єктів бухгалтерського обліку, якісні характеристики фінансової звітності [1].

Визнання й уточнення мети ведення фінансового обліку визначають його концептуальні рамки. З огляду на це запропонована концептуальна основа орієнтується на зміст бухгалтерського обліку, який викладено в Законі.

На підприємстві основною інформаційною системою є система бухгалтерського обліку, яка також потребує управлінських рішень, що стосуватимуться її організації, збору та накопичення інформації за даними фінансового обліку для підготовки фінансової звітності [3].

Облік в управлінні підприємством має особливу вагу. Процеси планування, обліку та аналізу є незамінним засобом у досягненні позитивного фінансового результату, зважаючи на те, що для ведення господарства у вітчизняній практиці основним показником є собівартість продукції.

Позаяк у бухгалтерському обліку здійснюються збір, вимірювання, реєстрація, обробка й передача інформації про процеси виробництва, обміну, розподілу, споживання ресурсів підприємства, то облік посідає в системі управління підприємством важливе місце. З одного боку, ця інформація – це наслідок діяльності підприємства, а з іншого – її аналізують з метою прийняття оптимальних управлінських рішень для здійснення успішної господарської діяльності підприємства в ринкових умовах господарювання.

Інформаційні джерела:

1. Толмачова А. М. Основи побудови бухгалтерського обліку в неприбуткових організаціях. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/23325/1/143-145.pdf>.
2. Теоретичні засади бухгалтерського обліку в системі управління / А. Сева, М. Палюх, О. Завитій, Н. Семенишена. URL: <http://ibo.wunu.edu.ua/index.php/ibo/article/download/307/306>.

3. Підгрунтя розбудови концептуальних основ бухгалтерського обліку в умовах євроінтеграції / О. А. Ковальський. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2020/23042020konf/11_91.pdf#page=98.

4. Вороніна В. Л., Зюкова М. М. Базові засади організації обліку в системі управління підприємством. *Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті європейської інтеграції та сучасних викликів глобалізації*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 17 – 18 трав. 2018 р.). Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 59-62.

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ

Піскун К.А., гр. ОіО маг-2-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Ярова**
Державний біотехнологічний університет

Україна останніми роками є світовим лідером з виробництва соняшнику та соняшникової олії. За даними Головного управління статистики у Харківській області у 2020 р. господарствами країни було зібрано 131104 тис ц насіння. У рейтингу областей за обсягами виробництва цієї культури Харківська область посідає перше місце з показником 13558 тис ц. У структурі експорту області частка жирів та олії рослинного і тваринного походження у 2020 р. становила 7,3% проти 4,2% у 2015 р. Міцні позиції соняшнику в українському агробізнесі пояснюються, насамперед, його високою конкуренто-спроможністю.

Для досліджуваного аграрного підприємства соняшник є стратегічно важливою культурою, оскільки забезпечує прибутковість усього господарства. Середній рівень рентабельності виробництва насіння соняшнику у досліджуваному господарстві за 2015 – 2019 рр. становив 47,9%, у тому числі у 2017 р. – 98,6%.

У 2020 р. на підприємстві на площі 1298 га було вирощено 24081 ц насіння соняшнику. У порівнянні з 2016 р. площа посівів цієї культури збільшилася у 1,5 рази або на 464 га. Середньорічний відносний темп зростання посівів становить 111,7%, що свідчить про розширення розмірів посівних площ соняшнику протягом останніх п'яти років у середньому за рік на 11,7% (таблиця 1).

Частка посівів соняшнику у сільськогосподарських угіддях підприємства за період з 2016 р. збільшилася удвічі і становить у 2020 р. 40%. Дещо в іншому напрямку змінюється показник урожайності.

Таблиця 1 – Факторний аналіз урожаю і урожайності соняшнику у господарстві, 2016 – 2020 рр.

Роки	Посівні площі, га		Урожайність, ц/га		Ланцюгові індекси, %		
	базисний рік	поточний рік	базисний рік	поточний рік	посівних площ	урожайності	валового збору
2016	612	834	27,8	30,4	х	х	х
2017	834	826	30,4	25,5	99,0	84,0	83,2
2018	826	1510	25,5	25,6	182,8	100,3	183,3
2019	1510	1877	25,6	19,8	124,3	77,5	96,4
2020	1877	1298	19,8	18,6	69,2	93,6	64,7

Маємо чітку тенденцію до її зниження. Продуктивність одного гектара земельної площі знизилася із 30,4 ц/га у 2016 р. до 18,6 ц/га у звітному 2020 р., тобто на 38,8%. У досліджуваному товаристві урожайність соняшнику нижча за середньообласний (23,2 ц/га) і середньорайонний (20 ц/га) рівні. Це є негативним явищем і свідчить про наявність проблем у виробництві цієї важливої технічної культури у господарстві.

Темпи зниження урожайності випереджають темпи зміни розмірів посівної площі соняшнику. Так, у 2018 р. при збільшенні посівів на 24,3% урожайність зменшилася на 22,5% і, як результат, зниження валового збору на 3,6%. Звітний рік не став виключенням, оскільки при скороченні посівів соняшнику на 1% порівняно з 2019 р. відносне зниження урожайності становило 16%. Тому недоотримано насіння соняшнику на 16,8%.

Низькі виробничі показники у звітному 2020 р. стали причиною незначної дохідності. Середня ціна реалізації 1 ц насіння соняшнику по господарству у 2020 р. становила 1411,5 грн., що вище середньої ціни реалізації і по Балаклійському району (9783,8 грн.), і у цілому по Харківській області (10684,8 грн.). Але маємо низький рівень товарності насіння соняшнику, оскільки було реалізовано лише 54,3% виробленої продукції. За рахунок зменшення обсягу продажу соняшнику від реалізації отримано 2147,7 тис. грн. чистого прибутку, що майже у 4 рази менше показника 2019 р. Наслідком цього став занадто низький рівень рентабельності для даної культури у 2020 р. – лише 13,2%.

Для підвищення ефективності вирощування соняшнику необхідним є врахування товаровиробниками таких чинників: удосконалення регіонального розміщення посівів цієї культури, виходячи з її ботанічних і біологічних особливостей, технологій вирощування, підбору сортів, застосування відповідних засобів

захисту тощо; неухильне додержання вимог чергування посівів соняшнику в полях сівозміни; застосування інтенсивних технологій вирощування і збирання з метою зниження витрат на одиницю продукції, впровадження високоврожайних гібридів з високим вмістом олії; залучення необхідних для розвитку галузі коштів та матеріальних ресурсів (техніки, добрив, насіння) шляхом пошуку потенційних інвесторів і кредиторів; інтегрування в агропромислові та кооперовані формування задля вирішення проблем виробництва і раціонального використання урожаю.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Прокопенко С.Г., гр.Б-10м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Н.С. Ковалевська**
Державний біотехнологічний університет

Первісним у розкритті обліку дебіторської заборгованості є визначення її поняття й економічного змісту. Проаналізувавши різноманітні визначення дебіторської заборгованості, наведені в наукових джерелах, найбільш вдалим підходом до визначення даного об'єкту, на наш погляд, є підхід авторів які характеризують дебіторську заборгованість як борги (під якими розуміємо зобов'язання однієї особи (групи осіб) перед іншою особою передати майно або сплатити певну суму коштів). Перелік факторів, що впливають на обсяги формування дебіторської заборгованості, залежить від її виду. Так, серед факторів, що впливають на обсяги дебіторської заборгованості постачальників підприємства, можна виділити наступні: обсяг закупівлі товару, ступінь монопольностіположення підприємства на ринку, залежність від окремих постачальників, тривалість господарськихзв'язків з конкретним постачальником, імідж і ділова репутація підприємства. Обсяг дебіторської заборгованості покупців підприємства формується під дією наступних факторів: обсяги товарів, що реалізуються на умовах відстрочки платежу, кон'юнктура споживчого ринку, умови кредитування покупців, платоспроможність покупців та вимоги, що висуваються до покупців при наданні кредиту.

У процесі аналізу економічної літератури було з'ясовано, що процес управління дебіторською заборгованістю можна поділити на

два етапи: управління формуванням дебіторської заборгованості підприємства та управління інкасацією дебіторської заборгованості. На сьогодні з метою зміцнення платіжної дисципліни покупців і мінімізації обсягу дебіторської заборгованості в Україні може бути застосована форма управління дебіторською заборгованістю – її рефінансування. Основними діючими формами рефінансування дебіторської заборгованості є знижка покупцям за скорочення строків розрахунків (спонтанне фінансування); факторинг; облік векселів; форфейтинг. Спонтанне фінансування полягає у тому, що надаючи покупцю відстрочку платежу за продукцію продавець, за суттю, надає своєму партнеру кредит, який не є безоплатним для продавця. В процесі дослідження було дано узагальнене визначення факторингу в українському законодавстві: "Факторинг – передача прав вимоги, яка випливає з постачання товару або надання послуг, за відповідну компенсацію й інкасація цих вимог, „Однієї з розповсюджених форм рефінансування дебіторської заборгованості є її оформлення векселями. Облік векселів або їх продаж на фондовому ринку дозволяє перевести дебіторську заборгованість у грошові активи.

Важливим питанням обліку дебіторської заборгованості є її оцінка. Оцінка за первісною вартістю застосовується для усіх видів довгострокової і поточної дебіторської заборгованості, що не є заборгованістю за продукцію, товари, роботи або послуги або очікувані платежі по договорах фінансової оренди. В ході дослідження було з'ясовано, що у практичній діяльності сучасних підприємств дебіторська заборгованість найчастіше забезпечена векселями, що викликає необхідність більш докладного вивчення облікової оцінки векселів. В бухгалтерському обліку, на наш погляд, ні номінальна оцінка векселя, ні його оцінка на основі визначення грошової величини ризиків і витрат, пов'язаних з одержанням платежу за векселем, не можуть бути надійними. Зокрема, вони не можуть бути перевіреними і не є нейтральними. Одним із дискусійних моментів при організації обліку дебіторської заборгованості є формування резерву сумнівних боргів. Поточна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи і послуги в момент визнання її активом збільшує доход від реалізації й оцінюється за первісною вартістю. При цьому, на дату балансу її сума повинна бути зменшена на величину резерву сумнівних боргів. Використання метода „питомої ваги безнадійних боргів в чистому доході від реалізації” для підприємств торгівлі, є пріоритетним. Оскільки це пов'язано з найменшою вибіркою даних. Бухгалтерія підприємства накопичує дані відносно реалізації продукції на умовах наступної оплати і визнаної безнадійної дебіторської

заборгованості за період з початку року. При цьому, для іншої дебіторської заборгованості доцільно використовувати метод „платоспроможності окремих дебіторів”. Актуальним є питання відносно відображення в обліку безнадійної заборгованості. Так, можна виділити такі розходження при відображенні безнадійної дебіторської заборгованості у податковому і бухгалтерському обліку: об'єктами податкового обліку стають не всі заборгованості, визнані безнадійними; відображення заборгованостей у податковому обліку не завжди збігається за часом з їх списанням у обліку; відображенню заборгованостей у податковому обліку передують не податкова подія і навіть не господарська операція, а визначена юридична подія. Таким чином, удосконалення обліку дебіторської заборгованості дозволить мінімізувати ризики, пов'язані з відволіканням коштів у дебіторську заборгованість, приймати оптимальні рішення щодо управління активами підприємства.

ГРОШОВІ КОШТИ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Пузиренко А.О., магістрантка 2 р.н.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.М. Корпанюк**
Вінницький національний аграрний університет

Низка вітчизняних вчених стверджує, що фермерські господарства – це найбільш раціональна і гармонійна форма організації сільськогосподарського виробництва. Науковці стверджують, що переваги фермерської форми господарювання незаперечні, тому що розвиток її не самоціль, не бажання бути схожим на інших, а вимога, зумовлена сучасним ринковим середовищем нашої держави [3, с. 10].

Діяльність усіх суб'єктів господарювання пов'язана з рухом грошових коштів.

Грошові кошти – це найбільш ліквідна категорія активів, яка забезпечує поточну платоспроможність суб'єктів господарювання, а відповідно, і їх конкурентоспроможність та свободу вибору дій. Політика управління грошовими коштами полягає в оптимізації розміру їх залишку з метою забезпечення постійної платоспроможності й ефективного використання в процесі збереження [4, с. 236].

Грошові кошти підприємства являють собою початок і кінець

виробничо-комерційного циклу. Діяльність підприємства потребує, щоб грошові кошти переводились у різні активи, які, в свою чергу перетворюються у дебіторську заборгованість як частину процесу реалізації [1, с. 58].

Науковці поняття «грошові кошти» розглядають досить у широкому спектрі термінів: «гроші», «грошові активи», «готівка», «фінансові ресурси», що призводить до неоднозначного розуміння сутності цих понять та зумовлює проблемні питання в бухгалтерському обліку цих об'єктів. Однак, об'єктивним є твердження, що основою облікового забезпечення руху грошових коштів є чинні нормативно-правові документи [2, с. 150].

Варто відзначити, що грошові кошти, відповідно до діючого Плану рахунків бухгалтерського обліку, представляють собою залишки засобів в національній та іноземній валюті, які знаходяться в касі, на поточному рахунку, валютному рахунку та інших рахунках в банках на території країни і за кордоном; легко реалізуються в цінні папери та платіжні і грошові документи (табл. 2).

Таблиця 2 – Облікове забезпечення руху грошових коштів

Рахунок	Субрахунок
30 «Готівка»	301 Готівка в національній валюті
	302 Готівка в іноземній валюті
31 «Рахунки в банках»	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
33 «Інші кошти»	331 Грошові документи в національній валюті
	332 Грошові документи в іноземній валюті
	333 Грошові кошти в дорозі в національній валюті
	334 Грошові кошти в дорозі в іноземній валюті
	335 Електронні гроші, номіновані в національній валюті
35 «Поточні фінансові інвестиції»	351 Еквіваленти грошових коштів
	352 Інші поточні фінансові інвестиції

Джерело: сформовано за [2, с. 150]

Враховуючи склад грошових коштів об'єктами обліку виступають: готівка в касі, кошти на рахунках в банківських установах, еквіваленти грошових коштів, депозити, грошові кошти в дорозі, грошові документи, електронні гроші.

Інформаційні джерела:

1. Побережець О.В. Методика обліково-аналітичного забезпечення системи управління грошовими потоками суб'єктів макроекономічного середовища. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2017. Т. 16, вип. 3 (37). С. 55-70.
2. Подоляничук О.А. Грошові кошти в системі рахунків обліку. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки та практики*. 2019. №3. С. 144-155.
3. Подоляничук О.А., Коваль Н.І., Гудзенко Н.М. Облік в фермерських господарствах: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 374 с.
4. Сторожук Т.М. Звіт про рух грошових коштів як інформаційне джерело управління грошовими потоками підприємства. *Бізнесінформ*. 2019. №3. С. 235-240.

ПРОФЕСІЯ БУХГАЛТЕРА У СУЧАСНОМУ ПРОФЕСІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

Резніченко В.С., Калиниченко Д.С., гр. ОіО 4-1
Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **С.І. Василюшин**
Державний біотехнологічний університет

Нині людство знаходиться на етапі розвитку інформаційного суспільства і саме інформація стає одним із вирішальних ресурсів світових економічних систем. Особливе значення інформація має під час управління підприємствами, оскільки допомагає прийняти релевантні та правильні управлінські рішення. Таке інформаційне забезпечення досягається шляхом раціонально побудови підсистем обліку, аналізу та контролю.

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», бухгалтерський облік – процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень. Бухгалтерський облік на підприємстві ведеться безперервно з дня реєстрації підприємства до його ліквідації. Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві належать до компетенції його власника (власників) або уповноваженого органу (посадової особи) відповідно до законодавства та установчих документів [1].

Раціональна організація та ведення бухгалтерського обліку покладені на професію бухгалтера. Бухгалтер (*від нім. «buch» – книга і «halter» – держатель*) – фахівець з бухгалтерії. До сих пір історики не

дійшли єдиної думки щодо періоду часу, до якого належить поява бухгалтерського обліку. Однак багато вчених вважають, що основи сучасного обліку були закладені при рабовласницькому ладі: в Єгипті, Римській імперії, Стародавній Греції. У якості окремої професії бухгалтера стали виокремлювати у середині XV ст. Достовірно відомо, що першими містами, де подвійний запис став застосовуватися на практиці, стали Венеція і Флоренція, а автором ідеї та засновником італійської системи бухгалтерського обліку вважається італієць Лука Пачолі, якого нині називають «Батьком бухгалтерського обліку».

Зараз роль бухгалтера у підприємствах будь-яких галузей економіки зростає. Внаслідок цифровізації та глобалізації економіки змінюються функції бухгалтера і розширюється спектр завдань, що стоять перед ним. З технічного працівника, що займається реєстрацією фактів господарської діяльності на рахунках бухгалтерського обліку та підрахунком фінансових ресурсів, бухгалтер перетворюється в творчу особистість, він забезпечує формування та реалізацію облікової політики бізнес-суб'єкта, необхідної для ефективного управління ним.

На початку 20-х рр. XXI ст. місія та назва професії бухгалтера перебуває в процесі трансформації внаслідок стрімкого розвитку науково-технічного прогресу, цифровізації економіки та зміни запитів внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів [2].

Сьогодні пересічному роботодавцю досить складно знайти талановитого та кваліфікованого бухгалтера і на цю професію наявний значний попит на ринку праці. Для прикладу, за даними сайту work.ua, станом на 15.10.2021 р. в Україні наявні 3148 вакансій бухгалтера із середньою заробітною платою 14 500 грн [3].

Успішний бухгалтер має бути широко обізнаним із останніми змінами законодавства, особливо податкового, володіти кадровими питаннями, мати навички аналізу, аудиту, побудови комунікацій та самоменеджменту. Цьому має сприяти постійне професійне зростання та навчання протягом професійного життя.

Таким чином, у нинішньому світі із розвинутою цифровою економікою, професія бухгалтера все більше удосконалюється та перетворюється у мистецтво спілкування. Саме на інститут професії бухгалтера покладено досягнення керованості та довіри у глобальному інформаційному просторі, що обумовлює необхідність подальших досліджень особливостей цієї професії.

Інформаційні джерела:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від № 996-XIV від 16.07.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 15.10.2021).

2. Василішин С.І. Трансформація місії та назви професії бухгалтера під впливом запитів зміцнення економічної безпеки підприємств в умовах діджиталізації економіки. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8050> (дата звернення: 15.10.2021).

3. Офіційний сайт вакансій WORK.UA. URL: <https://www.work.ua/ru/jobs-....80/> (дата звернення: 15.10.2021).

УПРАВЛІНСЬКИЙ АУДИТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Свінцева Д.Ю., гр. ОА4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.І. Рагуліна**

Державний біотехнологічний університет

Сьогодні власниками та керівництвом підприємств затребуваний такий аудит, який націлений на прийняття раціональних управлінських рішень. В широкому розумінні управлінський аудит тотожний аудиту бізнесу, тобто як процес, за допомогою якого компетентна незалежна особа накопичує й оцінює свідчення про інформацію, що піддається кількісній оцінці, яка належить до відповідної бізнес-системи, щоб визначити та виразити у своєму звіті (висновку) або іншому публічному повідомленні ступінь відповідності цієї інформації загальноприйнятим критеріям. Таким чином, аудит бізнесу органічно включає в себе як традиційний аудит бухгалтерської (фінансової) звітності, фінансової консолідованої звітності, так і аудит частини бухгалтерської (фінансової) звітності, спеціальної звітності, надання супутніх послуг аудиту. З нашої точки зору, управлінський аудит являє собою систематизовану загальну перевірку організаційної структури, прийомів і методів управління. Результатом аудиту є рекомендації керівнику підприємства в частині підвищення рентабельності виробництва. Його відмінністю від інших видів аудиту є спрямованість перевірки саме на управлінську складову підприємства та її вплив на функціонування інших сфер. В даний час напрямок управлінського аудиту є порівняно новим і тільки починає розвиватися, що обумовлює актуальність даної теми.

Мета управлінського аудиту складається в системній перевірці ефективності функціонування системи управління та його елементів, таких як постачання, збут, цінова політика, обліково-аналітична підсистема. Управлінський аудит має спрямованість на здійснення оптимізації або формування управлінських технологій, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому.

За результатами управлінського аудиту можна: зробити обґрунтовані висновки й ввести пропозиції щодо усунення виявлених помилок у системі управлінського і фінансового обліку, системі управління підприємством, у функціонуванні бізнес-процесів і всієї діяльності підприємства; рекомендувати керівництву підприємства впровадження більш прогресивних методів обліку, контролю і аналізу, які б сприяли поліпшенню інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень.

Інформаційна база управлінського аудиту включає дані управлінського обліку, а також фінансового і податкового обліку. Отримані за результатами перевірки відомості корисні для працівників системи управління, а також необхідні для раціоналізації роботи.

На підставі поставленої мети, під час проведення управлінського аудиту вирішується ряд завдань: оцінка поточної стратегії підприємства; оцінка технології бізнес-процесу; оцінка технології виконання ключових функцій управління підприємства; оцінка структури управління підприємства; складання рекомендацій щодо змін в процедурах і структурах для підвищення ефективності менеджменту підприємства.

Характеристика основних елементів управлінського аудиту має наступну структуру: сутність (дослідження різних об'єктів підприємства у їх сукупності з використанням системного підходу спрямованість аудиту); стратегічна (спрямованість на успішну реалізацію стратегії, підвищення конкурентоспроможності підприємства); об'єкти (вся діяльність підприємства, вся організація в цілому, бізнес-процеси, центри відповідальності); завдання (оцінка поточної стратегії організації, комплексна оцінка бізнес-процесів, оцінка структури управління компанією); інформація (використовується внутрішня і зовнішня інформація фінансового та нефінансового характеру, включаючи прогнозну інформацію).

Проведення управлінського аудиту досить важливо, так як результати такої перевірки можна використовувати для підвищення ефективності управління підприємства в цілому, оскільки управлінський аудит, на відміну від традиційного аудиту, який розглядає тільки минулу діяльність суб'єкта господарювання, націлений на майбутній розвиток.

Таким чином, управлінський аудит спрямований на виявлення факторів росту поточної та довгострокової ефективності підприємства за рахунок максимізації обсягів і рентабельності продажів і мінімізації витрат. Впровадження управлінського аудиту сприяє побудові ефективної системи, яка надає керівнику підприємства повну і

достовірну інформацію. На підставі отриманих даних можлива розробка рекомендацій щодо оптимізації ведення управлінського обліку, методології складання управлінської звітності та доопрацювання облікової політики, пропозицій щодо оптимізації діяльності підприємства для досягнення ним поставлених цілей, для планування, контролю над виконанням, організації та оптимізації бізнес-процесів.

НЕОБХІДНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Свінцева К.Ю., гр. ОА4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.І. Рагуліна**
Державний біотехнологічний університет

Внутрішній аудит на підприємстві являє собою діяльність, яка спрямована на надання об'єктивних і незалежних консультацій і гарантій для поліпшення діяльності підприємства. Мета внутрішнього аудиту – оцінювати ризики, знаходити способи їх зменшення, а також збільшувати рентабельність бізнес-процесів [1].

Необхідність організації внутрішнього аудиту, продиктована законодавством і вимогами управління. Тому питання ідентифікації та обліку ризиків є досить актуальними.

Внутрішній аудит є необхідним компонентом системи управління на підприємстві, і в цій якості він повинен долати обмежену ревізійну спрямованість на контроль дотримання законодавства, перетворюючись на інструмент управління ризиками і ефективністю діяльності суб'єкта господарювання [2].

Різнопрофільність інформації внутрішнього аудиту, яка використовується для прийняття управлінських рішень, часто інтегрованої з інформацією обліку та звітності, плановими даними, інтерпретованими на стратегічну перспективу, свідчить про різні області внутрішнього аудиту, основні з яких показані в моделі:

- аудит прийняття і реалізації управлінських рішень, у тому числі стратегічних;
- аудит діяльності підприємства (бізнес-процесів);
- аудит якості;
- аудит систем обліку, зовнішньої і внутрішньої звітності;

- аудит оподаткування.

Завдання внутрішнього аудиту в галузі управління ризиками полягає в ідентифікації та оцінці всіх можливих ризиків, що супроводжують діяльність підприємства. Ідентифікувати ризики досить складно і це, в свою чергу, не дає можливості інформувати всіх учасників ринку про ринкову (справедливу) вартість продукції, здійснювати вибір найбільш вигідних в економічному плані варіантів угод на ринках збуту продукції.

Для ідентифікації ризиків, яка будується в більшій мірі на підставі професійного судження фахівця в області внутрішнього аудиту, необхідне розуміння як мінімум двох речей:

- 1) ситуації, в якій реалізується внутрішній аудит;
- 2) принципи внутрішнього аудиту, на основі яких формується судження компетентного фахівця.

Взаємодія системи внутрішнього аудиту з іншими службами здійснюється у внутрішньому середовищі, в якому функціонує підприємство, але ця взаємодія піддається впливу зовнішнього середовища, без знання якого неможливо проводити ідентифікацію ризиків.

Процес управління ризиками полягає не тільки в ідентифікації окремих видів ризиків, а й в оцінці ступеня їх вірогідності настання в планованому (прогнозованому) періоді. Крім того, при настанні ризику потрібне вміння оцінити їх наслідки.

Схема інформаційної взаємодії систем в процесі управління ризиками відображає спрямованість інформації, що формується в системах обліку, звітності та внутрішнього аудиту на прийняття ефективних рішень щодо ризиків. Причому діапазон цих рішень досить широкий – від постановки цілей управління ризиками до аналізу ризиків та визначення ефективності методів впливу на ризик, до формування нового знання про ризик.

Всі рішення логічно між собою пов'язані і включають в собі набір конкретних методів.

Розвиток сучасних форм і моделей організації різних видів обліку, формування звітності, їх аудиту обумовлено роллю інформаційного забезпечення управління господарюючими суб'єктами усіх організаційно-правових форм діяльності та галузевої приналежності. Економічна і політична нестабільність, впливає в даний час на розвиток будь-якого підприємництва, висуває нові вимоги до їх управління та достовірності інформації, на основі якої приймаються управлінські рішення.

Інформаційні джерела:

1. Рагуліна І.І. Теоретичні та методологічні аспекти внутрішнього аудиту // Scientific Collection «InterConf», (40): with the Proceedings of the 2nd

International Scientific and Practical Conference «Scientific Community: Interdisciplinary Research» (January 26-28, 2021). Hamburg, Germany: Busse Verlag GmbH, 2021. P. 174–179.

2. Рагуліна І.І. Організація внутрішнього аудиту на підприємстві // Матеріали П'ятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем». – Харків: ХНТУСГ, 2021. С. 167–170.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Скотаренко В.С., Савченко І.П., гр. ОА20-з5м,
Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **М.А. Крутько**
Державний біотехнологічний університет

Значення облікової політики недооцінюється багатьма підприємствами, до розробки облікової політики вони відносяться формально, не вивчають наслідки застосування тих чи інших її елементів.

Організація бухгалтерського обліку на підприємстві є заздалегідь розробленою системою заходів, умов та елементів щодо побудови бухгалтерського обліку. Тому у зв'язку з цим зростає роль облікової політики підприємства, яка складається з урахуванням специфіки роботи підприємства, його структури та інших умов.

Згідно МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки», облікові політики – це конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при складанні та поданні фінансової звітності [1].

В Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» наводиться таке визначення: облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності [2].

Обрана підприємством сукупність способів ведення бухгалтерського обліку не повинна суперечити законодавчим і нормативним документам, прийнятим на різних рівнях регулювання бухгалтерського обліку в Україні. У той же час кожне підприємство має право на основі аналізу та з урахуванням своїх особливостей самостійно формувати оптимальне поєднання застосовуваних способів ведення бухгалтерського обліку.

На формування облікової політики впливають безліч факторів, у тому числі: форма власності та організаційно-правової форми господарської діяльності; розмір підприємства (обсяг випуску продукції, обсяг продажів, середньооблікова чисельність працівників та ін.); особливості діяльності (технологічні, комерційні, фінансові, управлінські); кадрове забезпечення (рівень кваліфікації персоналу, в тому числі бухгалтерського); наявність оргтехніки та програмного забезпечення та ін.

Основна мета діяльності підприємства може бути досягнута тільки в разі правильно організованої системи бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю, який, в свою чергу, залежить від обраних методів обліку та правильного розподілу прав і обов'язків персоналу підприємства.

Зміст облікової політики включає організаційний і методичний аспекти. В організаційно-технічній частині облікової політики розкриваються: форми первинних облікових документів, робочий план рахунків; графік документообігу і контролю за господарськими операціями; порядок проведення інвентаризації активів і зобов'язань організації; інші рішення, необхідні для організації бухгалтерського обліку. У другій частині облікової політики – методичній – описують способи ведення бухгалтерського обліку. До таких способів, зокрема, відносяться способи оцінки запасів, способи амортизації основних засобів, НМА та інших активів, способи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції, варіанти розподілу і використання чистого прибутку, порядок нарахування і виплати дивідендів та ін.

Процес формування облікової політики підприємства не закінчується її розробкою, а триває протягом усього періоду існування підприємства. Після розробки облікової політики її необхідно регулярно переглядати та удосконалювати. Підвищення якості облікової політики полягає в поліпшенні її характеристик за такими критеріями, як: повнота, несуперечливість, обґрунтованість і раціональність методів обліку і ін.

Отже, процес формування та удосконалення облікової політики є важливим інструментом в процесі управління підприємством. Науково-обґрунтований підхід до розробки облікової політики дозволяє підприємствам оптимізувати бухгалтерський облік, організувати ефективну роботу на підприємстві та досягти поставлених цілей.

Інформаційні джерела:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки». URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_020

2. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 року № 996 – XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/996-14>

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ОБЛІКУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Слепцова Ю.А., гр. ФБСС 4-2

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Ю. Скоромна**
Державний біотехнологічний університет

Облік в системі управління підприємством є досить актуальною темою для дослідження, він відображає діяльність підприємства за попередні роки, забезпечує інформацією відповідальних осіб на всіх рівнях управління, для здійснення результативної діяльності підприємства. Тож основна мета обліку, забезпечити інформацією для прийняття важливих рішень для розвитку підприємства у майбутньому.

Зміст управлінського обліку індивідуальний для кожного підприємства, адже кожна організація має свій вид діяльності та мету.

Облік в системі управління має важливе значення, німецький вчений І.Ф. Шерр писав, що “Бухгалтерський облік - непогіршний суддя минулого, необхідний керівник сучасного й надійний консультант майбутнього кожного підприємства”.

Бухгалтерський облік забезпечує вимірювання господарських операцій, реєстрацію їх в облікових реєстрах для подальшого використання інформації, також важливим елементом є обробка інформації, зберігання та узагальнення даних. Потім інформацію формують в звіти та передають відповідальним особам, які її аналізують та приймають управлінські рішення. Кожен з цих етапів є важливою ланкою для формування дохідності, стабільності та конкурентоспроможності підприємства, подання достовірної інформації, проведення правильного аналізу та прийняття оптимальних рішень, є запорукою розвитку підприємства.

У системі управлінського обліку об’єкти визначаються суб’єктами на основі облікових процесів, а саме: витрати на виробництво, собівартість продукції, використання виробничих і трудових ресурсів, облік доходів зі сторони контролю й оптимізації їх використання, фінансові результати.

Отже, можна сказати, що об'єктами системи управлінського обліку є групування витрат та собівартості продукції, це дає змогу визначити ефективне використання ресурсів і процесів обігу капіталу.

У фінансовому обліку ведеться контроль за активами підприємства, а в управлінському обліку контроль за активами здійснюють структурні підрозділи підприємства.

Облік в управлінні підприємством виконує такі функції:

- Оцінювальна – визначає правильність та оптимальність виконання управлінських рішень;
- Соціальна – вирішення соціальних проблем, які виникають в процесі економічного зростання підприємства;
- Науково-пізнавальна – класифікація даних за відповідними ознаками.

Кожне підприємство стикається з економічними проблемами у ринкових умовах, і тому, для розв'язання управлінських задач постає потреба для визначення методологією.

Методологія управлінського обліку базується на інтегрованій системі фінансового обліку, тобто управлінці використовують ті самі первинні документи, що і фінансисти, але у кожного з них своя ціль.

Відмінність управлінського обліку від фінансового в тому, що управлінський облік є більш гнучкий, залежить від структури та організації підприємства.

Підсумувавши вище сказане, можна сказати, що облік в системі управління займає головну роль в організації підприємницької діяльності, адже облік надає підприємству найважливіше – інформацію. Спираючись на надану інформацію, при її обробці підприємству відкриваються шляхи вирішення економічних проблем, завдяки оптимальних управлінських рішень.

Отже, сучасне призначення управлінського обліку – це формування інформативно-аналітичної системи, об'єднуючи форми та методи обліку, контролю, бюджетування, аналізу і планування управлінських рішень.

Інформаційні джерела:

1. Мельник Н.Б.- підр. Економіка / Мельник Н.Б. Випуск-Х, 2014р. С.6
2. Сук Л.К. Організація бухгалтерського обліку: підручник / Сук Л.К., Сук П.Л. – К.: Каравела, 2009. – 624 с.
3. Вольська В. В. Бухгалтерський облік як складова системи управління підприємством / В. В. Вольська // Економіка АПК. - 2012. - № 8. – С. 48-52.
4. Кулініч Т., Шепель І., Гавриленко Н. Розвиток управлінського обліку на основі ризик-орієнтованого підходу. Економічний аналіз. 2021. Том 31. № 1. С. 17- 24.

ЗАТРАТЫ И СЕБЕСТОИМОСТЬ В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Смелаш В.І, магістрант

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**

Державний біотехнологічний університет

В течение последних лет рост производства валовой продукции сельского хозяйства в Украине поддерживался исключительно сельскохозяйственными предприятиями. Эти данные дают основание констатировать появление тенденции смены лидера среди аграрных укладов – от хозяйств населения лидирующая роль начинает переходить к сельскохозяйственным предприятиям, т.е. от мелкоотварного к крупнотоварному укладу.

Подобная тенденция значительно актуализирует проблему повышения экономической эффективности сельскохозяйственных предприятий и повышает требования, прежде всего, к методологии и методике измерения затрат и результатов хозяйственной деятельности.

Следует подчеркнуть, что измерению затрат и результатов хозяйствования всегда уделялось должное внимание не только как важной научной проблеме, но и как одному из ведущих участков экономической политики.

На наш взгляд, методика калькулирования себестоимости в Украине имеет ряд существенных недостатков, в первую очередь с точки зрения состава затрат, к ней относящихся.

В частности, в соответствии с Методическими рекомендациями по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) сельскохозяйственных предприятий выделяется производственная себестоимость и себестоимость реализованной продукции.

Административные затраты, финансовые затраты и затраты, связанные с реализацией продукции, в себестоимость не включаются и возмещаются за счет полученной прибыли. Подобные изменения в методику определения себестоимости внесены с учетом международного опыта и могут характеризоваться с двух позиций. С одной стороны, процесс унификации систем измерения затрат и определения себестоимости в разных странах является положительным и требующим всестороннего одобрения.

Единые требования к такой работе имеют много преимуществ, поэтому переход Украины на международные стандарты был вполне закономерным. С другой стороны, не следует однозначно отказываться

от отечественных традиций ведения экономической работы на предприятии, поскольку многое из того, что у нас использовалось, было проверено временем и отвечало потребностям хозяйственной практики.

По нашему мнению, те показатели себестоимости, как производственной, так и реализованной продукции, что предлагаются международными стандартами для экономической работы на предприятии, являются менее пригодными, чем предыдущие.

Возможно, с позиций бухгалтерского учета есть логика в использовании затрат в их «неполном» виде, однако мы считаем, что себестоимость продукции, не включающая в себя всех затрат, необходимых для получения такой продукции, не отражает реальную ситуацию в хозяйствовании и не может считаться себестоимостью с позиций классических подходов к этому экономическому понятию.

При определении себестоимости как ответственного этапа измерения результатов деятельности аграрных предприятий следует обратить внимание и на измерение отдельных ее составляющих. Одним из самых проблемных элементов считаем амортизацию. Цель начисления амортизации состоит не просто в переносе стоимости основных средств на продукцию, а в создании амортизационного фонда, предназначенного для их восстановления.

То есть после окончания срока эксплуатации основного средства, например трактора, за счет амортизационного фонда, образованного амортизационными отчислениями, предприятие должно иметь возможность приобрести новый трактор. А если принимать во внимание, что большинство техники, отработавшей свой эксплуатационный срок в сельскохозяйственных предприятиях Украины, все еще продолжает использоваться, то при начислении амортизации к первоначальной ее стоимости средств амортизационного фонда должно быть достаточно не только для простого, а также расширенного воспроизводства основных средств.

Однако большинство основных средств, что отработали свой срок эксплуатации, соответственно, имеют незначительную балансовую стоимость. Начисление амортизации в этой остаточной балансовой стоимости приводит к экономически недостаточным суммам амортизационных отчислений. Исходя из этого, начисленная сегодня амортизация не позволяет получить сколько-нибудь существенных средств. Таким образом, себестоимость продукции, произведенной с использованием основных средств небольшой балансовой стоимости, за счет незначительных амортизационных отчислений окажется искусственно заниженной.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ

Таран Т.В., гр. ОА20-4м
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.О. Бірченко**
Державний біотехнологічний університет

Облік розрахунків з підзвітними особами здійснюється практично в кожному підприємстві. Даний вид розрахунків виникає при необхідності здійснення витрат на відрядження, а також в процесі придбання та оприбуткування матеріальних цінностей або оплаті робіт (послуг) сторонніх підприємств підзвітними особами. У подібних випадках, для виконання певних операцій згідно з наказом керівника підприємства, працівникові видаються грошові кошти під звіт.

Підзвітними особами вважаються працівники підприємства, які одержали кошти для виконання різних виробничих (господарських) доручень, пов'язаних з придбанням товарно-матеріальних цінностей (робіт, послуг), а також завдань по відрядженню [1].

Розрахунки з підзвітними особами передбачають в основному видачу співробітникам підприємства готівкових грошових коштів. Однак в даний час все більше суб'єктів господарювання здійснюють розрахунки з підзвітними особами через банківські картки, коли підзвітні суми перераховуються співробітникам на їх особовий рахунок або на корпоративну картку підприємства.

Відповідно до мети видачі грошових коштів підзвітній особі бухгалтерська служба повинна дотримуватися ряд вимог.

При видачі коштів на господарські потреби і при подальшому контролі необхідно забезпечити дотримання таких вимог:

- підзвітна особа має право отримувати підзвітні суми на адміністративно-господарські потреби підприємства, що має бути встановлено наказом по підприємству або обліковою політикою;
- підзвітна сума не перевищує норматив, встановлений наказом;
- підзвітна особа надала всі первинні документи, що підтверджують оплату за придбані товари, роботи, послуги на потреби підприємства;
- підзвітна особа не порушила терміни надання первинних документів, що підтверджують зроблені витрати.

Дотримання перших двох вимог частково носить формальний характер: у керівництва підприємства завжди є можливість додати нового співробітника в список підзвітних осіб і встановити (змінити) норму видачі грошових коштів у більшу сторону. Разом з тим

порушення цих двох вимог і допущення винятків з них має стати сигналом для проведення перевірки обґрунтованості прийнятих рішень з боку служби внутрішнього контролю підприємства.

Порушення двох решти вимог може спричинити небажані наслідки як для підзвітної особи, так і для самого підприємства. Негативним наслідком недотримання цих вимог для співробітника виявиться стягнення з нього сум непідтверджених витрат на користь підприємства (утримання цих сум із заробітної плати). З точки зору підприємства, непідтверджені витрати не можуть бути відображені в обліку за відсутності належного обґрунтування. При наявності обґрунтування, але при відсутності документального підтвердження, неможливим є визнання витрат для цілей оподаткування.

Другий основний напрямок використання підзвітних сум – на відрядження – пов'язано з більшими труднощами при прийнятті первинних документів до обліку та визнанні таких витрат в бухгалтерському та податковому обліку.

Для правильного відображення підприємством розрахунків з підзвітними особами при здійсненні ними відрядження слід брати до уваги: хто саме іде у відрядження; мета відрядження; місце і термін відрядження; які витрати допускаються нести працівникові у відрядженні; вимоги відрядження за межами України; процедура оформлення відрядження; порядок обліку витрат згідно службового відрядженні для цілей оподаткування.

Після завершення відрядження або виконання доручення підзвітна особа повинна подати до бухгалтерії в установлені законодавством строки звіт про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт, до якого додаються рахунки, квитанції, квитки, товарні чеки, акти закупівлі та інші документи, які підтверджують витрати. Поданий звіт перевіряють у бухгалтерії і визначають суму обґрунтованих витрат. Після затвердження звіту керівником підприємства бухгалтерія повністю розраховується з підзвітною особою.

Отже, правильно організований бухгалтерський облік розрахунків з підзвітними особами забезпечить контроль за використанням грошових коштів та сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Інформаційні джерела:

1. Маренич Т.Г., Гаврильченко О.В. Бухгалтерський облік у схемах і таблицях: навч. посіб. в 2-х ч., Ч. 2. / ХНТУСГ. Харків: Міськдрук, 2012. 336 с.

АУДИТ В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**Устиченко А.О., Татаренко В.Д.,
Чернишова К.А., Заїка С.С.,** гр. ОА-51м
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.А. Луценко**
Державний біотехнологічний університет

Аудиторська діяльність в Україні регламентується законом України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність». Даний законодавчий документ визначає правові засади аудиту фінансової звітності, провадження аудиторської діяльності в Україні та регулює відносини, що виникають при її провадженні [1].

Сьогодні, в умовах застосування нових інформаційних технологій, автоматизація аудиторської діяльності набуває особливого значення.

Проведення аудиту в умовах використання комп'ютерних систем регламентується Міжнародним стандартом № 401 «Аудит в середовищі комп'ютерних інформаційних систем» (Auditing in Computer Information Systems Environment), який описує навички та компетентності, якими повинна володіти аудиторська група при проведенні аудиту в середовищі комп'ютерних інформаційних систем та низкою відповідних Положень про міжнародну аудиторську практику, які розкривають різні аспекти проведення аудиту в середовищі комп'ютерних інформаційних систем, дають оцінку аудиторських ризиків, а також встановлюють вимоги до знань аудиторів про комп'ютерні інформаційні системи [2,3,4,5].

На сучасному ринку аудиторських програмних продуктів в Україні застосовується значна кількість комп'ютерних програм, серед яких найбільш поширеними є такі: ІТ Аудит: Аудитор, Експрес Аудит: ПРОФ, Audit Expert, Audit System / 2tm Deloitte and Touch Thomatsu, Аудит-Майстер «ДАСО» «Аудит-Інформ», Audit NET[6]. Варто зазначити, що кожна з них має свої переваги і недоліки.

Серед значної кількості плюсів використання автоматизації, основною проблемою для аудитора під час аудиторської перевірки залишається те, що підприємства різних форм власності і господарювання застосовують програмне забезпечення різних розробників, що унеможливує ефективно використовувати комп'ютерні аудиторські процедури. Також дане питання посилюється відсутністю єдиних методологічних вимог до

інформаційних баз даних, що значно ускладнює ефективне і оперативне проведення автоматизованої аудиторської перевірки.

Аудитору необхідно провести аналіз і скласти висновок з усіх найважливіших питань організації комп'ютерно-інформаційної системи (КІС):

- детальний розгляд функціонування КІС (способи організації, введення, налагодження, оновлення даних);
- забезпечення архівування та зберігання даних;
- наявність спеціальних контрольних процедур для моніторингу функціонування середовища комп'ютерної обробки даних;
- аналіз програмного забезпечення і наявність ліцензій;
- відповідність застосовуваних алгоритмів вимогам нормативної документації з ведення обліку і станом звітності за основними автоматизованим розрахунками (бізнес-процесів);
- можливості гнучкого реагування на зміни законодавства з точки зору налаштування (поновлення) програмного забезпечення;
- можливості розширення функцій наявних КІС;
- питання інформаційної безпеки;
- аналіз загальної інформаційної політики та планів розвитку системи інформаційних технологій суб'єкта.

Таким чином, з метою поліпшення якості надання аудиторських послуг, оперативного проведення аудиторської експертизи необхідним кроком в реалізації аудиторських послуг має бути удосконалення програмного забезпечення аудиту, який потребує скоординованої роботи аудитора, програміста, головного бухгалтера і обов'язкового врахування вимог чинного європейського та українського законодавства.

Інформаційні джерела:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>
2. МСА № 401 «Аудит у середовищі комп'ютерних інформаційних систем» / Стандарти аудиту та етики Міжнародної федерації бухгалтерів: станом на 1 січня 2014 р. – К.: ТзОВ «Парітет-Інформ», 2003. – 1015 с.
3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, що набрала чинність 1.09.2017. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011
4. Регламент (ЄС) № 537/2014 Європейського Парламенту та Ради про конкретні вимоги стосовно обов'язкового аудиту суспільно значимих суб'єктів господарювання від 16 квітня 2014 року. URL: <https://www.minfin.gov.ua/news/view/normatyvni-aktyshchodo-rehuliuвання>

audytorskoi-diiialnosti?category=reformy-ministerstva-finansiv&subcategory=Audit+reform+in+Ukraine

5. Директива Європейського Парламенту та Ради 2006/43/ЄС від 17 травня 2006 року про обов'язковий аудит річної звітності та консолідованої звітності, що вносить зміни до Директив Ради 78/660/ЄЕС та 83/349/ЄЕС, і припиняє дію Директиви Ради 84/253/ЄЕС. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_844

6. Овчарик Р.Ю. Аудит на базі комп'ютерних програм: продуктивність, рентабельність та тенденції розвитку. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: Економічні науки. 2017. № 1. 68-72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2017_1_12

ОБ'ЄКТИ ТА СУБ'ЄКТИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Шаповалова І.В., гр. Б-10м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.А. Наумова**
Державний біотехнологічний університет

Однією із проблем контролю на підприємствах електронного бізнесу є визначення кола його об'єктів та суб'єктів.

За загальним підходом до об'єктів внутрішнього контролю відносять ресурси (активи та джерела їх формування, власний капітал та зобов'язання), процеси (операційна, інвестиційна та фінансова діяльність підприємства) та результати діяльності (прибуток чи збиток). При цьому в складі ресурсів слід приділити особливу увагу безпосередньо технічному забезпеченню та інформаційним технологіям, які впроваджені на підприємстві, оскільки вони забезпечують провадження основної діяльності.

Інформаційні технології та системи, комунікаційні засоби, технічне забезпечення, що є невід'ємними елементами для суб'єктів електронного бізнесу, трудові ресурси та маркетингові заходи вимагають значних вкладень, а тому ефективність основної діяльності повинна постійно бути під контролем.

Також у якості об'єкта внутрішнього контролю, необхідно враховувати специфічні ризики, які притаманні електронному бізнесу. На думку Т.П. Назаренко, для організації служби внутрішнього аудиту необхідно відокремлювати три основні способи: створення власної служби внутрішнього аудиту на підприємстві, використання послуг аутсорсингу та косорсингу[1, с. 124].

Ми приєднуємося до думки Т.В. Назаренко і вважаємо, що побудова механізму внутрішнього контролю у сфері електронного бізнесу може також відбуватися такими способами:

- створення своєї служби внутрішнього контролю, якщо суб'єкт електронного бізнесу має у розпорядженні необхідні ресурси;
- аутсорсинг — функція внутрішнього контролю цілком передається зовнішньому консультанту (спеціалізованої компанії);
- косорсинг — служба внутрішнього контролю створюється в рамках підприємства, проте до виконання завдань також залучаються експерти, зовнішні консультанти із спеціалізованих компаній, які мають відповідний досвід і знання.

Слід зауважити, що у зв'язку з тим, що суб'єктами електронного бізнесу в Україні найчастіше є підприємства малого та середнього бізнесу, то для них доцільно розглядати варіант косорсингу. Організувати службу внутрішнього контролю на підприємствах електронного бізнесу, на нашу думку, варто за наступною моделлю (рис. 1).



Рисунок 1 – Класифікація суб'єктів внутрішнього контролю підприємств е-бізнесу

Отже, завдяки правильній ідентифікації суб'єктів та об'єктів внутрішнього контролю підприємств електронного бізнесу буде забезпечено реалізацію функції контролю із досягненням ефективних результатів.

Інформаційні джерела:

1. Назаренко Т. П. Служба внутрішнього аудиту: особливості організації. Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, Тернопіль, 2016. – Том 23. – № 2. – С. 119-125. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1082> (дата звернення: 16.10.2021).

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ

Шпакова О.О., гр. БЗ-20 маг

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.О. Нестеренко**

Державний біотехнологічний університет

В сучасних умовах господарювання надати комплексне та найбільш повне уявлення про бізнес та забезпечити інвесторів прозорою інформацією про інструментарій створення довготермінової вартості компанії здатна інтегрована звітність. Головною проблемою впровадження інтегрованої звітності в Україні є відсутність чітких вимог до її підготовки, а значні розбіжності у форматах інтегрованих звітів різних підприємств ускладнюють порівняння обліково-звітної інформації та перевірку її достовірності. В таких умовах важливе значення має верифікація показників інтегрованої звітності, що забезпечується проведенням її комплексного аудиту.

На відміну від аудиту фінансової звітності, що дає уявлення лише про окремі сторони діяльності суб'єкта господарювання, аудит інтегрованої звітності дозволяє проводити її перевірку комплексно. При цьому застосовується максимальний обсяг вибірки, прийнятний для вираження думки про достовірність ведення господарської діяльності, тоді як при звичайних перевірках вибіркоким способом інформації для визначення існуючого стану справ на підприємстві часом недостатньо.

При організації аудиторської перевірки інтегрованої звітності аудитор повинен враховувати, що в формуванні інтегрованої звітності беруть участь принципово нові компоненти, які виникли разом з її появою і є невідмінними атрибутами. На основі цих елементів, а також

провідних принципів, аудитор має можливість скласти деякі суттєві характеристики інтегрованої звітності, без яких не можливо організувати її перевірку.

В інтегрованій звітності наводиться опис 6 категорій капіталів: фінансового, виробничого, інтелектуального, людського, природного, соціально-репутаційного. Це вимагає при проведенні аудиторської перевірки враховувати той фактор, що капітал в рамках інтегрованого мислення не є статичним об'єктом. В бізнес-моделі суб'єкта господарювання капітал видозмінюється кількісно і якісно, перетворюється з одного виду в інший в процесі створення додаткової вартості. Тому, аудитор має перевірити, яким чином, наприклад, витрати на підвищення впізнаваності бренду (витрати на рекламу або спонсорство), будуть зменшувати обсяг фінансового капіталу, і в той же час збільшувати обсяг соціально-репутаційного. Це вимагає від аудитора чіткого розподілу складових різних видів капіталів в виробничому циклі бізнес-моделі.

Одним із завдань інтегрованої звітності, визначеної в МСІЗ, є «...підтримка інтегрованого мислення, прийняття рішень і дій, зосереджених на створенні вартості в короткостроковому, середньостроковому і довгостроковому періоді» [1, с. 3]. Тому, в процесі перевірки аудитор повинен по новому розуміти вартість, яка заснована не тільки на фінансових активах, а й на інших нефінансових факторах, що впливають на неї. При цьому аудитор повинен приділити особливу увагу тимчасовим діапазнам в генерації вартості.

Інтегрована звітність, на відміну від інших видів звітності, націлена на опис майбутніх перспектив суб'єкта господарювання. Це вимагає від аудитора перевірки достовірності показників не лише за звітний період, а й перевірки засобами прогнозування та моделювання всієї сукупності процесів зі створення вартості бізнесу в короткостроковій, середньостроковій і довгостроковій перспективах

Обов'язковою складовою інтегрованої звітності відповідно до МСІЗ є опис бізнес-моделі, який включає в себе ресурси, комерційну діяльність, продукти та результати. При цьому уявлення бізнес-моделі укладачами інтегрованої звітності може бути вельми широким і різноманітним. Аудитор повинен перевірити в залежності від цілей суб'єкта господарювання відповідність обраного підходу, який з найбільш вигідної позиції розкриває його бізнес-модель.

При наведенні інформації в інтегрованій звітності компаніям важко балансувати між співвідношенням якісної і кількісної інформації за розділами інтегрованого звіту. Аудитор повинен перевірити, яка кількісна інформація вимагає доповнення якісною

інформацією, і навпаки. Крім того, аудитор повинен перевірити об'єктивність інформації, яка представлена в інтегрованому звіті. Оскільки концепція інтегрованої звітності передбачає розкриття інформації про всі бізнес-процеси компанії, в тому числі і про ті, які можуть зменшити привабливість компанії в очах інвесторів. У цьому випадку аудитор повинен перевірити дотримання стандарту при укладанні інтегрованої звітності та достовірність й релевантність всіх показників, які в ньому розкриті, контролювати якість даних, гарантуючи структуру даних і контекст інтегрованого звіту.

Інформаційні джерела:

1. Международный стандарт интегрированной отчетности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://integratedreporting.org>.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ І КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Щербатюк Х.В., гр. Б- 10м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Н.С. Акімова**
Державний біотехнологічний університет

Щоб уникнути хронічної нестачі обігових коштів для власних потреб, організації торгівлі необхідно регламентувати процеси, пов'язані з утворенням і погашенням дебіторської і кредиторської заборгованості і потім грамотно ними управляти.

На практиці може знадобитися розробка детального регламенту який докладно описує весь процес управління дебіторською і кредиторською заборгованістю і містить інформацію про права та обов'язки співробітників, залучених в цей процес. Зокрема такий регламент повинен включати рекомендації та вимоги щодо таких компонентів, як:

- порядок формування платіжного балансу торгової організації;
- порядок встановлення надійності та платоспроможності потенційного контрагента на етапі укладання договору;
- персональна відповідальність посадових осіб, які ініціювали укладення договору з «ненадійними» контрагентами, що спричинило виникнення простроченої або безнадійної для стягнення заборгованості;
- система мотивації персоналу організації, залученого в процес управління дебіторською та кредиторською заборгованістю;

- порядок створення резервів по сумнівних боргах;
- система знижок;
- порядок проведення інвентаризації майна та зобов'язань;
- порядок здійснення звірки взаєморозрахунків з контрагентами;
- порядок формування щомісячної та поточної звітності для керівництва компанії.

З урахуванням вищевикладеного, пропонуємо розробити на підприємстві форми оперативної звітності та графік їх документообігу для відображення дебіторської та кредиторської заборгованості, необхідні для підвищення обґрунтованості тактичних і стратегічних управлінських рішень, що дозволить контролювати розрахунки з контрагентами.

Методика формування оперативної звітності в рамках системи внутрішнього контролю дебіторської і кредиторської заборгованості представлена на рис. 1.

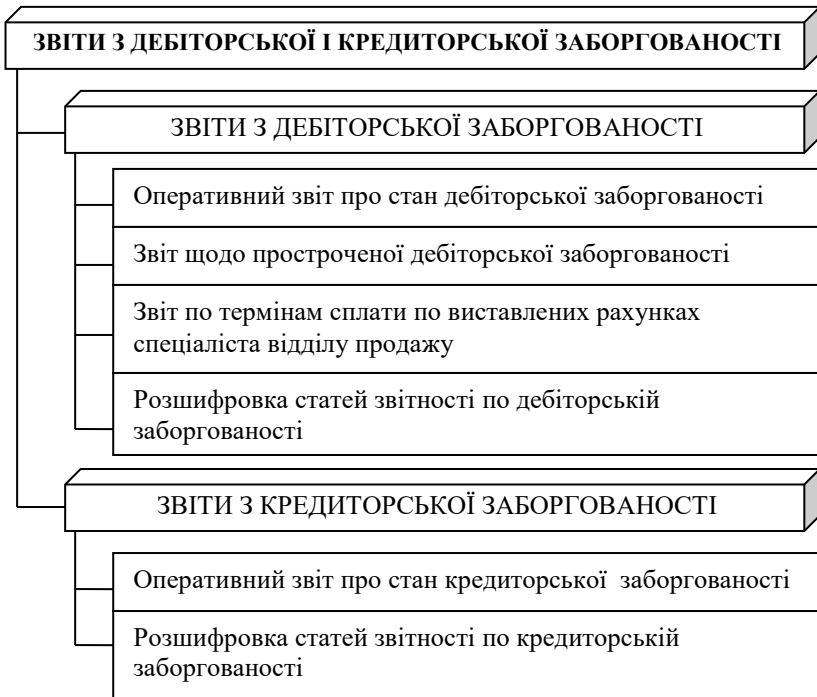


Рисунок 1 – Форми оперативної звітності для системи внутрішнього контролю

На нашу думку, для зручності отримання оперативних даних в розрізі контрагентів про дату виникнення, сумах, ймовірності погашення заборгованості необхідно розшифровувати дебіторську і кредиторську заборгованість в електронних таблицях, доцільно передбачити автоматичне створення такого звіту в обліковій програмі компанії. Такий звіт можна вбудувати в будь-яку облікову систему з перенесенням в формат електронних таблиць Microsoft Excel (якщо в компанії немає програма, що дозволяє автоматично створювати необхідні розшифровки). З використанням можливостей електронних таблиць дуже зручно проводити оперативний аналіз дебіторської і кредиторської заборгованості.

Секція 2
ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ



TAX SYSTEM AND TAX REFORM IN COTE D'IVOIRE

Simplice Konan-Kouassi, gr. OA20-3bpr
Supervisor – Ph.D., Associate Professor **O.G.Maliy**
State Biotechnological University

The economy of Côte d'Ivoire, with a gross domestic product (GDP) per capita of 2,326 USD in 2021, is one of the developing economies of west Africa.

Since the establishment of triangular trade during the first contacts with European explorers, the economy has been dominated by the export of so-called cash products; in particular, coffee and cocoa, the cultivation of which was introduced at the start of the twentieth century, strongly contributed to the “Ivorian boom” of the 1960s and 1970s. If the Ivorian economy is mainly based on the agricultural sector favored by a hot and humid climate, the contribution of industry to the GDP is estimated at 20% and that of the tertiary sector at 50%. Côte d'Ivoire also has some oil reserves that are significant for its economy. It also has some mineral resources but the production of which remains very minor. It also produces electricity, part of which is sold to neighboring countries. It should also be noted that public finances especially tax revenue play a capital role in the economic and social order of Côte d'Ivoire knowing that the budget revenue for 2020 for example represents 90.3% of tax revenue. In this sense, taxation in Côte d'Ivoire, as in all modern States, affects the sum of measures relating to taxes and other compulsory levies.

Submitted to the General Directorate of the Treasury and Public Accounts, a dismemberment of the Ministry of Economy and Finance, taxation in Côte d'Ivoire, affects in particular, the following matters: Income taxes, property taxes and Services, payroll taxes, all levies made in areas such as Agriculture, Construction, Commerce, Mines.

The legal system includes four (4) types of tax regimes adapted to the size of the company on the basis of the criterion of annual turnover. These plans are as follows:

- the flat-rate tax system for small traders and artisans;

Taxpayers subject to the flat-rate tax for small traders and artisans who achieve a turnover of more than 3,550 USD, are required to note chronologically, their various operations, in an income book and an expenditure book.

- the synthetic tax regime;

Are subject to the synthetic tax regime, natural or legal persons whose annual turnover, all taxes included, is between 8,850 USD and 88,500 USD.

- the real simplified tax system;

This is an annual flat-rate contribution, the rate of which is set by law according to the segments of turnover achieved. Natural or legal persons whose turnover falls below the limit of 88,500 USD, are only subject to the synthetic tax regime, when their turnover has remained below this limit for three consecutive exercises.

- the real normal tax regime.

The normal real profit regime or normal real tax regime (RNI) is a regime that applies to companies whose annual turnover, including all taxes, exceeds 265,445 USD.

However, it should be noted that the relationship between taxpayers and the tax administration is punctuated by conflicts, sometimes heated, due to the rigorous implementation, by the administration, of the control prerogatives that the law recognizes in the context of litigation.

This rigor is however mitigated by the tax system which confers on the Administration, through the graceful procedure, the power to reduce or to abandon in an amicable manner, certain taxes. The gracious domain comes in two distinct procedures namely: the request for mitigation of duties and penalties (in relation to taxes which are no longer likely to be the subject of a legal appeal); the transaction request (which applies to taxes still liable to be the subject of a legal appeal).

Despite an average tax rate of 51.3% of the commercial results of Ivorian companies, higher than the average for the African continent located at 47.1% and well above the tax rates applied in Senegal (45.1%), Nigeria (34.3%) and Ghana (32.7%), among the most dynamic economies in West Africa, tax reform is needed.

Despite the reforms undertaken since 2012, the ratio of tax revenue to GDP has remained relatively low, at around 12,2% of GDP in 2021. Estimates of the tax effort and the optimal tax pressure rate suggest that

Côte d'Ivoire has a large margin to collect more revenue. Tax reform is needed to improve the level of tax revenue and also to reduce tax distortions. Indeed, in addition to the under-mobilization of tax revenue, the current system is at the origin of serious economic distortions linked to the intensive granting of exemptions and derogatory measures.

The new tax reform should be ambitious and cover all types of taxes. Taxes, through their impact on increasing the level of tax revenue in the general state budget, will also contribute to better financing of different economic sectors. In order to assert itself as the new economic power in West Africa, Côte d'Ivoire must prove its ability to increase tax revenues while ensuring businesses more efficient procedures.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Амансахєдов А., гр. БЕМ-М-320ік

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Г.М. Копцева**,
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут»*

Вибір сільськогосподарським товаровиробником системи оподаткування залежить від різних чинників (доходу, рентабельності його діяльності, виду діяльності тощо) [1]. Сільськогосподарські товаровиробники, можуть застосовувати такі системи оподаткування: загальну систему зі сплатою податку на прибуток та інших податків, установлених ПКУ; спрощену систему зі сплатою єдиного податку у третій групі (ставка 3% + ПДВ або за ставкою 5 % без сплати ПДВ); спрощену систему зі сплатою єдиного податку у четвертій групі. Кожна із систем оподаткування має свої переваги та недоліки. За проведеним аналізом було встановлено, що:

- загальна система оподаткування вигідна підприємствам з невисокою рентабельністю;

- третя група платників єдиного податку зі ставкою 5 % є оптимальною неплатникам ПДВ, особливо з високою рентабельністю;

- третя група платників єдиного податку зі ставкою 3 % та сплатою ПДВ найменш вигідна сільськогосподарським товаровиробникам, проте має переваги для високорентабельних аграріїв у порівнянні із загальною системою оподаткування;

- четверта група платників єдиного податку найбільш вигідна сільгоспвиробникам (особливо високорентабельним).

У сучасних умовах будь-який податок несе дві функції – фінансову та регулюючу. Фінансову функцію єдиний податок четвертої групи оподаткування для сільськогосподарських товаровиробників виконує досить незначно, проте регулююча функція цього податку дуже дієва. Єдиний податок за четвертою групою дозволяє розвиватися великим та середнім виробникам, тому що дрібні фермери повинні витратити свій час на адміністрування цього податку, наймати бухгалтера для здійснення операцій щодо ведення обліку, складання звітності з оподаткування.

До проблемних питань у сфері оподаткування сільськогосподарських товаровиробників можна віднести наступні:

- зростання сум податкових зобов'язань з ПДВ, що вплинуло на розмір обігових коштів сільськогосподарських товаровиробників;

- несправедливість використання грошової оцінки землі як бази для оподаткування єдиним податком четвертої групи як для рослинницької так і для тваринницької діяльності – необхідно враховувати залежність доходів від цих видів сільського виробництва із площею наявних земельних угідь;

- недоцільність застосування однакового податкового інструментарію до великих агрохолдингів й до малих та середніх господарств;

- майже відсутність стимулюючого податкового механізму до створення додаткової кількості робочих місць та збільшення доданої вартості в сільському господарстві тощо [2].

Подальший розвиток податкової політики щодо сфери сільськогосподарського виробництва має забезпечувати оптимальне виконання фінансових (забезпечення належної ресурсної бази бюджетів місцевого самоврядування сільських територій) та регулюючих (вирівнювання умов господарювання для різних категорій сільськогосподарських товаровиробників) цілей і завдань, що стоять перед системою оподаткування в сільськогосподарському секторі економіки. Механізми податкового регулювання в аграрній сфері повинні бути спрямовані на вирішення наступних цілей і завдань: надання фінансової допомоги для певних груп платників податків (особливо для трудо- та капіталомістких галузей тваринництва, овочівництва, виноградарства, садівництва); створення економічних стимулів щодо інвестування коштів товаровиробниками в основний капітал і розвиток деяких видів земельного користування; зменшення витрат на податкове адміністрування за рахунок спрощення процесу збору податків; прискорена амортизація для знову створених та малих

підприємств; інвестиційний кредит тощо. Запровадження означеного підходу до формування податкових механізмів дасть можливість реалізувати податковий потенціал товаровиробників галузі сільського господарства та забезпечити регулюючий вплив оподаткування на економічні процеси.

Інформаційні джерела:

1. Аналізуємо системи оподаткування. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-nalogooblozhenie-selxozpredpriyatij-12-analiziruem-sistemy-nalogooblozheniya>

2. Коптева Г.М., Мальцева А.О., Ніколаєнко О.О. Оподаткування діяльності сільськогосподарських товаровиробників: сучасний стан та перспективи. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського сусільства*, № 1. 2020. С. 95-100.

ПРИДБАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ: ПИТАННЯ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ

Гайдар І.Ю., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **К.О. Утенкова**

Державний біотехнологічний університет

Придбання основних засобів є одним із головних джерел надходження цієї категорії активів на підприємство.

Придбання основних засобів, як правило, оформлюють договором купівлі-продажу. За таким договором одна сторона (продавець) передає чи зобов'язується передати майно у власність другій стороні (покупцеві), а покупець приймає або зобов'язується прийняти майно та сплатити за нього певну грошову суму (ч. 1 ст. 655 ЦКУ). Окрім договору, покупець отримує від постачальника також примірник документа, на підставі якого той здійснює його відвантаження, зазвичай, накладну (товарно-транспортну накладну). Якщо йдеться, наприклад, про придбання автомобіля, то його супроводжуватиме технічна документація, яку постачальник (виробник) передає покупцеві.

Решта витрат, які формуватимуть первісну вартість автомобіля, підтверджуватимуть інші первинні документи – платіжні доручення, акти наданих послуг, страхові поліси тощо. Після того, як автомобіль потрапив на підприємство, бухгалтер вивчає всі отримані з ним документи й оприбутковує його на баланс підприємства. На підставі

форми № ОЗ-1, технічної й іншої документації в одному примірнику заповнюють інвентарну картку обліку основних засобів (ф. № ОЗ-6).

В обліку придбаний автомобіль класифікують як основний засіб та обліковують у групі «Транспортні засоби» і на субрахунку 105 «Транспортні засоби» (п. 4 і пп. 5.1.5 НП(С)БО 7). Придбаний об'єкт зараховують на баланс за первісною вартістю (п. 7 НП(С)БО 7).

До моменту введення автомобіля в експлуатацію витрати, що формують його первісну вартість, обліковують на субрахунку 152 «Придбання (виготовлення) основних засобів». До них належать:

- сума, яку сплачують постачальнику (без непрямих податків);
- реєстраційні збори, державне мито й аналогічні платежі, що здійснюються у зв'язку з придбанням (отриманням) прав на автомобіль;
- сума ввізного мита (у разі імпорту автомобіля);
- сума непрямих податків у зв'язку з придбанням автомобіля, якщо їх не відшкодовують підприємству (ПДВ, акцизний збір тощо);
- витрати зі страхування ризиків доставки автомобіля;
- витрати на транспортування та налагодження;
- інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням автомобіля до стану, що придатний для використання.

Факт уведення автомобіля в експлуатацію відображають бухгалтерським проведенням Дт 105 Кт 152. Після цього такий транспортний засіб починають амортизувати. Нарухування амортизації проводять щомісяця, починаючи з місяця, наступного за місяцем, у якому автомобіль став придатним для корисного використання (п. 29 НП(С)БО 7). Метод амортизації підприємство обирає самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигід від використання авто (п.п. 28, 26 НП(С)БО 7).

У платників податку на прибуток, які не ведуть обліку податкових різниць із р. III ПКУ, не виникатимуть жодні питання з податковим обліком. Адже в них будь-які господарські операції щодо такого об'єкта основних засобів, як автомобіль, відобразатимуться на податковому обліку за правилами обліку бухгалтерського (пп. 14.1.138, пп. 134.1.1 ПКУ).

А якщо підприємство обліковує податкові різниці з р. III ПКУ, у нього щодо господарського авто можуть з'явитися коригування бухгалтерського фінрезультату до оподаткування відповідного звітного періоду на: амортизацію автомобіля; уцінку/дооцінку та зменшення/відновлення його корисності; залишкову вартість автомобіля в разі його ліквідації та продажу. Відповідні коригування фінрезультату до оподаткування варто робити згідно зі ст. 138 ПКУ.

Для групи 5 податкових основних засобів «транспортні засоби» пп. 138.3.3 ПКУ встановлює мінімально допустимий строк податкової амортизації тривалістю 5 років.

Щодо податкового кредиту зазначимо, що згідно з п. 185.1 і пп. 14.1.191 ПКУ постачання автомобіля є об'єктом обкладення ПДВ (окрім деяких виключень). Зокрема, на дату «першої події» постачальник товару визнає податкові зобов'язання з ПДВ, а покупець – податковий кредит із ПДВ (п. 187.1 і п. 198.2 ПКУ). Тим часом незалежно від напряму використання придбаного товару, покупець – платник ПДВ до податкового кредиту зараховує лише суму ПДВ, за якою складена без порушень і зареєстрована постачальником у ЄРПН податкова накладна (п.п. 198.3, 198.6 ПКУ).

Отже, нами розглянуто актуальні питання обліку і оподаткування придбання основних засобів, як однієї із важливих складових засобів виробництва підприємств будь-яких галузей економіки.

СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Єрмоленко Н.Г., гр. ОА 19-66

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Т.Г. Маренич**
Державний біотехнологічний університет

Одним з основних завдань економіки України є стимулювання підприємницької діяльності через створення сприятливих умов її оподаткування. Система оподаткування займає особливе місце серед фінансових важелів розвитку кожного підприємства. Система оподаткування – сукупність податків, зборів, обов'язкових платежів до бюджету та внесків у державні цільові фонди, що стягуються в установленому порядку. Варто зазначити, що сьогодні існує дві системи оподаткування підприємств: спрощена та загальна. Обираючи види оподаткування підприємствам важливо звернути увагу на їх особливості, бо саме від цього вибору буде залежати вся подальша діяльність зареєстрованого підприємства або організації.

Спрощена система була запроваджена для зниження податкового навантаження та стимулювання розвитку малих підприємств в Україні. Вона значно легша з точки зору ведення бухгалтерського обліку, але при цьому має низку обмежень. Наприклад, обмеження об'єму доходу та кількості найманих

робітників. Ця система передбачає тільки один вид податку – єдиний податок, що сплачується в місцевий бюджет.

Слід підкреслити, що в Україні вже не один рік точаться гострі дискусії щодо шляхів реформування спрощеної системи оподаткування малого підприємництва. Деякі фахівці пропонують взагалі скасувати спрощену систему оподаткування, інші ж, навпаки, пропонують зберегти існуючий порядок спрощеного оподаткування та значно розширити перелік суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється дія спрощеної системи оподаткування [1]. До речі спрощена система оподаткування у вигляді сплати єдиного податку існує в багатьох країнах світу, зокрема в Австрії, Канаді, Нідерландах, Росії, Швейцарії тощо.

На загальній системі дозволені всі види діяльності, що передбачені КВЕДОМ. Також не обмежується кількість найманих працівників та обсяг доходу. Характеризуючи загальну систему оподаткування, можна сказати, що вона максимально враховує економічні показники діяльності підприємства – у більшості випадків у платника податків з невисокими показниками доходу не виникає великих податкових зобов'язань. Загальна система оподаткування передбачає, як правило, сплату ПДВ за ставкою 20% і податок на прибуток у розмірі 18%. Дохід для цілей оподаткування розраховується як різниця між доходами і витратами, визначена згідно НП(С)БО та Податкового кодексу України. Загальна система оподаткування в Україні є найбільш розповсюдженою серед торговельних і виробничих підприємств, дохід яких понад 7 млн. в рік. Для розрахунку податків необхідно в повному обсязі вести облік доходів і витрат та проводити їх коригування.

При застосуванні спрощеної системи оподаткування обов'язково слід вести книгу доходів / витрат. Також платники єдиного податку часто використовують готівковий спосіб оплати, який у більшості випадків вимагає РРО.

У цілому існуюча податкова система України характеризується наступними негативними рисами: велика кількість нормативно-правових актів, які регулюють податкові відносини; нестабільність податкового законодавства, численні зміни до існуючих законів. Також до недоліків існуючої податкової системи, насамперед, варто віднести неврегульованість правових гарантій для учасників податкових відносин, відсутність прозорих і ефективних механізмів захисту прав платників податків та складність і недосконалість адміністрування багатьох податків і неподаткових платежів, про що

свідчить практика стягнення і відшкодування податку на додану вартість [2].

Ткачик Ф. П. та Кристофович А. В. у своїй праці деталізують переваги та недоліки загальної та спрощеної систем оподаткування як для юридичних, так і для фізичних осіб-підприємців [3].

Отже, у кожній системі є свої плюси та мінуси і тільки підприємці повинні обирати, яка система краще саме для їх підприємств або організацій. При цьому за доцільним є збереження та вдосконалення спрощеної системи оподаткування малого підприємництва.

Інформаційні джерела:

1. Перспективи розвитку в Україні спрощеного оподаткування малого підприємництва. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_30255

2. Майстренко О.В. Реформування податкової системи України – як спосіб вирішення податкових колізій. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_6905

3. Ткачик Ф.П., Кристофович А.В. Порівняльний аналіз загальної та спрощеної системи оподаткування в Україні. *Економіка та митно-правові відносини*. Випуск 2, грудень 2017 р. С. 22-31. URL: <http://sciencehub.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/5.-Ткачик-Кристофович-22-31.pdf>

ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ НА АГРАРНЕ ВИРОБНИЦТВО В УКРАЇНІ

Жовтогарячий А.С., гр. ФБСС-М-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.С. Міщенко**

Державний біотехнологічний університет

Аграрний сектор є одним із базових в економіці та стратегічно важливих для національної безпеки. Відповідно, усі засоби державного регулювання мають сприяти його ефективному функціонуванню.

Для аграрного сектору особливо відчутним засобом державного регулювання є податкове навантаження, яке протягом кількох останніх років зазнало значних змін. Як показує практика, запровадження цих змін неоднозначно сприймалося серед сільськогосподарських товаровиробників, бо саме значне оподаткування зменшує обсяг їхніх фінансових ресурсів, які потенційно могли б бути залучені на оновлення виробничих потужностей, удосконалення технологій виробництва та підвищення рівня його інноваційності тощо. Тому систематичний аналіз змін у методах оподаткування АПК є актуальним у будь-який час.

Зосереджуючись на фіскальних аспектах ефективності функціонування аграрної сфери виробництва, доречно було б розглянути рівень сплати податків до бюджетів різних рівнів сільськогосподарськими підприємствами. Відтак можемо прослідкувати роль аграрної сфери у наповненні бюджетів різних рівнів (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка податкових надходжень від платників аграрної сфери до бюджетів різних рівнів у 2018-2019 рр., млрд грн

Вид надходження	2018 р.	2019 р.	Темп росту,%
Податок на прибуток	1,4	1,2	-0,15
ПДВ	19,5	21,0	+7,6
Відшкодування ПДВ	27,7	3,8	-86,2
Акцизний податок	4,6	0,02	-99,6
Рентна плата за користування надрами	17,4	1,5	-91,4
Податки на майно	4,1	4,9	+19,5
Екологічний податок	0,07	0,08	+14,3
ПДФО і військовий збір	21,3	22,2	+4,2
Єдиний податок	5,4	5,8	+7,4
Всього	53,6	57,1	+6,5

Джерело: обчислено автором на основі джерел [2]

Станом на кінець 2019 р. збільшення суми сплачених податків в аграрному секторі відбулося по ПДВ (+1,5 млрд грн.), податку на майно (+0,8 млрд грн), екологічному податку (+0,01 млрд грн), податків з трудових доходів (ПДФО та військовий збір) - +0,8 млрд грн і єдиному податку - +0,4 млрд грн. Щодо всіх інших, то по них відзначаються суттєві спадні тенденції, що свідчить про те, що податкове навантаження на агробізнес є доволі відчутним [1].

Першим кроком для послаблення податкового тиску на аграрних виробників має стати перегляд діючих ставок ПДВ на продукцію сільськогосподарського виробництва. Тобто на категорію продукції, що відноситься до продуктів харчування першої необхідності, зважаючи на показник матеріальної депривації населення України, доцільно звільнити від оподаткування ПДВ. Адже функціонування ПДВ сприяє здорожчання товарів і продукції.

Окремо слід зосередити увагу на екологічному оподаткуванні. Все частішими в агровиробництві стали випадки, коли сільськогосподарські виробники, практикуючи інтенсивні технології вирощування без дотримання норм сівозміни. І в даному випадку

агресивніше екологічне оподаткування (розширення бази оподаткування та збільшення ставок податків) стане передумовою не лише для обережного використання шкідливих речовин у виробничому процесі, а й для покращення якості продукції.

Раціональною також була б градація систем оподаткування для сільськогосподарських виробників залежно від їх розміру. Зокрема, великі агропідприємства (по типу агрохолдингів) доцільно оподатковувати за загальною системою, середні підприємства та фермерські господарства - за системою єдиного податку 4 групи, а малі та мікропідприємства, до яких слід відносити й особисті селянські господарства - за альтернативною системою єдиного податку (1 група). Зважаючи на дисбаланси розвитку, для виробників, що практикують діяльність у непопулярних і збиткових сферах, доцільно запровадити податкові канікули та знижені податкові ставки податків.

Інформаційні джерела:

1. Барабаш Л. В. Трансформація податкової системи України з метою сприяння розвитку аграрного виробництва. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2021. Вип. 2 (110). С. 29-37.

2. Сільське господарство України. 2019: стат зб. Держ. служба статистики України. Київ, 2019. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/09/zb_sg_Ukr_2019.pdf (дата звернення 05.10.2021)

ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ – ПОСІДНАННЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

Король Є.Я., гр. ОіО маг-1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.І. Рагуліна**
Державний біотехнологічний університет

Ефективний податковий контроль (важлива частина податкової системи в економічному та соціальному контексті) повинен ґрунтуватися на створенні найбільш сприятливих і необтяжених умов для оподаткування підприємств, включаючи подолання нерівномірного розподілу податкового навантаження з урахуванням потреби для задоволення фінансових потреб економіки держави, упорядкування системи планування, організації та проведення податкових перевірок, використання сучасних аналітичних інструментів для їх впровадження.

Об'єктом податкового контролю є податкові відносини між контролюючими органами та платниками податків щодо правильності виникнення, повноти та своєчасності сплати податків та зборів, правильності та своєчасності подання податкових декларацій (розрахунків), а також дотримання законодавства обіг, розрахунково-касові операції, патентування, ліцензування та інше законодавство.

Головною метою податкового контролю в Україні є постійне поповнення дохідної частини державного бюджету, а його мета - перевірити повноту формування податкової бази компаній з податками та зборами та своєчасність їх перерахування бюджету та державних цільових фондів.

Загалом, податкова система складається з низки податків, встановлених у країні, та механізмів їх стягнення. Враховуючи функції податків як прояв їх сутності в дії та вираження їх властивостей, функція вказує, яке соціальне призначення цієї економічної категорії як інструменту розподілу витрат та перерозподілу доходів. Звідси випливає основна розподільна функція податків, яка виражає їх природу як особливого централізованого інструменту розподільних відносин. Слід зазначити, що кожна система повинна бути під певним захистом. Однією з форм захисту податкової системи є податковий контроль.

Основними пріоритетами діяльності здійснення податкового контролю на 2021 р. є:

- Ефективне управління діяльністю, що реалізується за допомогою удосконалення ІТ- інфраструктури та стабілізації та автоматизації робочих процесів;

- Ефективне адміністрування податків, зборів, платежів, що реалізується за допомогою удосконалення системи здійснення контролю;

- Формування іміджу Державної податкової служби як сервісної служби європейського зразка з високим рівнем довіри у суспільстві, що виконується в результаті впровадження зручних сервісів для платників та забезпечення якісних та швидких консультацій для платників;

- Протидія ухиленню від оподаткування шляхом запровадження нової методики оцінки податкових розривів ("taxgaps"), використання скоординованої міжнародної співпраці та посилення міжнародного обміну інформацією, відображення в «Електронному кабінеті» ризиків в разі несплати податків;

- Формування кваліфікованої, ефективної та мотивованої команди, дане впровадження реалізується за допомогою підвищення компетентності персоналу, дотриманням правил Етичної поведінки, створення [1].

Головною формою податкового контролю є податкова перевірка. Ця форма контролю є найбільш ефективною для виявлення та стягнення заборгованості та надання податкових надходжень до відповідних бюджетів та державних цільових фондів. Податкові перевірки забезпечують прямий контроль за повнотою та точністю розрахунку податків і зборів, що може бути здійснено лише шляхом порівняння поданих платниками податків податкових розрахунків (декларацій) з фактичними даними їх фінансово-господарської діяльності.

Таким чином, податковий контроль відіграє важливу роль, і його вдосконалення є пріоритетним для України. Для покращення контролю в податковій сфері необхідно об'єднати зусилля всіх контрольних органів для прийняття ефективних законів, які гарантують відповідальність платників податків за ухилення від сплати податків та заплутування інформації про доходи та їх дотримання.

Інформаційні джерела:

1. Пріоритети діяльності Державної податкової служби України на 2021 рік від 24.02.2021. URL: <https://tax.gov.ua/pro-sts-ukraini/>

СУЧАСНИЙ МЕХАНІЗМ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Корсунов Є.І., гр. БЕМ-М-320к

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Коптєва Г.М.**

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Сучасний механізм оподаткування доходів фізичних осіб в нашій країні має певні недоліки та потребує вдосконалення, особливо в умовах інтеграційного руху України до ЄС та гармонізації законодавства. Все це актуалізує питання вивчення зарубіжного досвіду системи оподаткування доходів фізичних осіб, застосування ефективної практики інших країн задля підвищення фіскальної ролі податку на доходи фізичних осіб, зростання добробуту населення та зменшення соціальної нерівності тощо.

Механізм оподаткування доходів фізичних осіб досліджували такі вчені як В. Андрущенко, О. Василик, Г. Коптєва, В. Суторміна, Л. Тарангул, В. Федосов, Д. Черник та інші. Проте, в сучасних умовах питання реформування системи оподаткування доходів фізичних осіб потребує подальшого вивчення та удосконалення.

Податок на доходи фізичних осіб є інструментом, за допомогою якого можна впливати на економічне зростання у країні, продуктивність праці працездатного населення, офіційну зайнятість і безробіття, соціальні виплати, перерозподіл доходів, тіньову економіку, пропозицію праці на ринку, вибір місця проживання, людський капітал та зменшення нерівності, зростання споживання та заощаджень населення країни тощо.

Зарубіжний досвід оподаткування доходів фізичних осіб є досить різноманітним. Існують різні підходи до оподаткування податком на доходи фізичних осіб – пропорційний та прогресивний. У процесі дослідження пропорційної та прогресивної системи оподаткування доходів фізичних осіб можна дійти таких висновків: по-перше, у розвинутих країнах (Швеція, Данія, Німеччина, Франція, Бельгія, Нідерланди) прогресивна система оподаткування доходів фізичних осіб разом із мінімальним неоподатковуваним мінімумом є ефективним інструментом для формування податкових надходжень бюджету та вирішення питання соціальної нерівності у суспільстві. Натомість деякі держави не можуть якісно використовувати цей механізм через значні проблеми з дотриманням податкової культури. Деякі країни (Румунія, Болгарія, Казахстан, Киргизстан, Литва, Грузія, Естонія) застосовують пропорційну систему оподаткування доходів фізичних осіб, що дає можливість мінімізувати ризики, пов'язані з ухиленням від сплати податку та підвищити рівень міжнародної конкурентоспроможності; по-друге, проведений аналіз особливостей функціонування прогресивної та пропорційної системи оподаткування доходів фізичних осіб дав змогу встановити переваги та недоліки цих підходів.

Так, зокрема, перевагами прогресивної системи оподаткування доходів фізичних осіб є: реалізація принципу соціальної справедливості в оподаткуванні; зменшення нерівності у суспільстві; збільшення податкових надходжень до бюджетів; вторинний перерозподіл коштів між заможними і незаможними верствами населення; надання пільг малозабезпеченим категоріям фізичних осіб. У той же час перевагами пропорційної системи є такі: зручне та економічне адміністрування; однакове податкове навантаження для всіх платників податку – фізичних осіб; ухилення від сплати податку нівелюється.

Водночас доводиться констатувати певні недоліки що мають місце як у прогресивній системі (складність системи адміністрування оподаткування доходів фізичних осіб, ухилення від сплати податків і зборів платниками з високими доходами, відсутність мотивації до продуктивної праці та підвищення рівня особистих доходів, зростання

соціальної напруженості), так і в пропорційній системі оподаткування доходів фізичних осіб (високе податкове навантаження на малозабезпечені верстви населення, не дієвість принципу соціальної справедливості, зменшення обсягу податкових надходжень до бюджету).

На наш погляд, основний вектор реформування механізму оподаткування фізичних осіб має бути спрямований не на зниження податкових ставок, а на зменшення можливостей ухилення від сплати податку, підвищення податкової культури громадян. Однак такі зміни мають поєднатися із системними змінами у фінансовій політиці держави, а саме: спрощенням адміністрування податків і зборів, підвищенням прозорості контролю за їхнім використанням, політичною стабілізацією в країні тощо.

Інформаційні джерела:

1. Тулай О., Ямелинець А. Податок на доходи фізичних осіб: досвід зарубіжних країн. Світ фінансів. 1(58). 2019. С. 76–86.
2. Осипова А.В., Коптева Г.М. Аналіз та оцінка тенденцій реформування податку на доходи фізичних осіб: зб. наук. праць. Серія: *Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства*. Харків: НТУ ХПІ. 2017. № 54 (1257). С. 106–110.

ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ДІЮЧІЙ СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ

Пальоха О.В., гр. М-2

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.В. Сколотій**
Державний біотехнологічний університет

Україна знаходиться на етапі удосконалення ринкових умов господарювання, що, в свою чергу впливає на суттєві зміни в гармонізації інтересів усіх зацікавлених сторін. На даний час проблеми обліку основних засобів України в умовах сучасної ринкової економіки набувають особливої актуальності. Найбільш гостро це питання стоїть для сільськогосподарських підприємств, матеріально-технічна база в яких виступає основним засобом праці. Адаже перехід до відносин власності на землю стимулює підвищення відповідальності суб'єктів господарської діяльності за раціональність та ефективність своєї роботи, яка прямо залежить від забезпеченості підприємства основними засобами. Це пов'язано з дуже стрімким зростанням рівня техніко-

технологічного оснащення, використання новітнього передового обладнання та високопродуктивних засобів виробництва, що в свою чергу потребує правильного облікового підходу.

Основні засоби підприємства займають велику питому вагу в балансі підприємства та є найбільшою частиною національного багатства країни. В процесі ведення бухгалтерського обліку відбувається групування господарських операцій з надходження, експлуатації та вибуття основних засобів з метою їх відображення на рахунках бухгалтерського обліку та звітності, що можливо лише завдяки вартісному вимірюванню як об'єктів бухгалтерського обліку, так і змін, що відбуваються з ними в результаті здійснення господарських операцій. У зв'язку із реформуванням податкової політики України з прийняттям Податкового кодексу виникли розбіжності в особливостях формування вартості об'єктів основних засобів при їх визнанні в обліку та під час оцінки в цілях оподаткування.

Проведення дослідження бухгалтерського та податкового обліку основних засобів дозволило встановити їх суттєве зближення й неточності розуміння сутності основних засобів, їх віднесення до певних об'єктів обліку, визначення: строку корисного використання та сум нарахованих амортизаційних відрахувань; періодичності проведення переоцінки та нарахованих сум амортизаційних відрахувань; періодичності проведення переоцінки та нарахованих сум переоцінки; залишкової вартості основних засобів та тимчасових податкових різниць. Разом із тим залишаються деякі розбіжності та неузгодженості в частині податкового та бухгалтерського обліку основних засобів, що спонукає підприємства орієнтуватися більше на норми податкового законодавства, звужуючи тим самим облікову сферу застосування П(С)БО та МСФО. Ці та інші проблеми потребують подальшого вивчення.

Формальна спроба наближення бухгалтерського та податкового обліку із прийняттям Податкового кодексу України призвела до наявності ряду відмінностей у формуванні первісної вартості необоротних матеріальних активів через обмеження в податковому обліку деяких видів витрат, що формують первісну вартість об'єкту основних засобів. При виготовленні основного засобу власними силами виробничі витрати в податковому обліку можуть не дорівнювати собівартості у фінансовому обліку в залежності від того, чи зареєстрований платник податку зареєстрований платником податку на додану вартість. При розподілі загальної суми зобов'язань при придбанні декількох основних засобів на окремий об'єкт у

фінансовому обліку такий розподіл здійснюється пропорційно справедливій вартості окремого об'єкта, а за ПКУ – пропорційно звичайній ціні окремого об'єкта основних засобів, при чому, справедлива вартість може не дорівнювати звичайній ціні. Також можливі відмінності у складі основних засобів, що підлягають амортизації: невиробничі основні засоби в податковому обліку не амортизуються, але в бухгалтерському обліку розмежування на виробничі та невиробничі основні засоби відсутнє.

Вимога застосування бухгалтерських процедур з метою оподаткування ускладнює та посилює відповідальність бухгалтера за ведення обліку на підприємстві, адже помилка при визнанні об'єкта основних засобів може призвести до неправильного розрахунку податкових зобов'язань, а отже і можливих штрафів. Також, нульова залишкова вартість основних засобів, що продовжують експлуатуватися, може бути розтлумачена податковими органами як завищення сум амортизації в попередніх періодах.

Тому на сьогодні основним завданням, на наш погляд, є пошук можливості повної гармонізації бухгалтерського та податкового обліку основних засобів. Для вирішення поставленого завдання необхідно розглянути і порівняти зміст податкового і бухгалтерського обліку основних засобів та визначити їх принципові відмінності.

ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА: НОВЕЛИ ЗАКОНОДАВСТВА В КОНТЕКСТІ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Приходько Н.В., гр. 201-Мз

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Т.Д. Косова**

Національний авіаційний університет

Однією з найважливіших причин, що стримує рух України на шляху до суспільства високого добробуту, є суттєвий обсяг тіньової економіки. Остання має негативний вплив на всі соціально-економічні процеси, деформує пропорції структурного розвитку, лишає поза системи обліку, аналізу та контролю значний обсяг об'єктів. Тому пріоритетом розвитку національної економіки є її детінізація з використанням різноманітних інструментів. Одним із них є податковий контроль і аналіз нарахування і сплати податку на прибуток, його відображення в обліково-інформаційній системі підприємства.

Після підписання Угоди про Асоціацію з ЄС новели податкового законодавства орієнтовані на детінізацію економіки як умови її реалізації. Податок на прибуток підприємств є бюджетоформуючим, тому легітимізація останнього є важливим чинником зростання доходів бюджету, з однієї сторони, з іншого, це – фактор переходу діяльності суб'єктів господарювання в офіційний сектор економіки, який підлягає статистичному обліку, знаходить відображення в системі національних рахунків тощо.

У 2021 році вступили в дію нові правила оподаткування прибутку підприємств, визначені змінами до Податкового Кодексу України [1]. Так, річний податковий (звітний) період з податку на прибуток підприємств застосовують платники податку, у яких річний дохід за 2020 звітний рік не перевищує 40 млн. грн. Новелою є вимога подання річної фінансової звітності разом з аудиторським звітом у строк, не пізніше 10 червня, за підсумками 2020 року. Це стосується платників податку на прибуток, які відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» зобов'язані оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським звітом. Для проведення податкового контролю в електронній формі відповідно до чинного законодавства подаються до фіскальних органів баланс (форма 1) та звіт про фінансові результати (сукупний дохід) (форма 2). Ця вимога пояснюється тим фактом, що об'єкт оподаткування податком на прибуток визначається на підставі фінансової звітності підприємства. У разі суттєвих відмінностей показників податкової і фінансової звітності за звітний і попередній періоди підприємство має подати уточнюючу декларацію до річної податкової декларації за 2020 рік у строк, не пізніше 10 червня 2021 року.

Якщо платник податку самостійно виправив помилки за попередній податковий період, то нараховані суми штрафу та пені визнаються витратами згідно із правилами бухгалтерського обліку при визначенні фінансового результату до оподаткування. При цьому на суму таких штрафів та пені податкова різниця для збільшення фінансового результату до оподаткування не виникає.

Новелою є відображення у додатку АВ до Податкової декларації з податку на прибуток підприємств виплачених дивідендів в нарахованій сумі без вирахування утриманого податку на доходи фізичних осіб та військового збору. Незмінним лишилося право платника податку задекларувати від'ємне значення об'єкта оподаткування з попередніх років. Крім того, для платників – правонаступників передбачено зменшення фінансового результату

податкового (звітнього) періоду на суму збитків платника, що реорганізується.

Задачам детінізації економіки відповідає створення сприятливих умов для платників єдиного податку, які переходять на загальну систему оподаткування в середині року. Вони мають сплатити податок на прибуток на підставі податкової декларації за річний податковий (звітний) період (як новостворені), який починається з дати переходу на загальну систему та закінчується 31 грудня такого року. Зазначені платники єдиного податку подаватимуть Податкову декларацію з податку на прибуток підприємств за податковий (звітний) рік, який починається з дати переходу на загальну систему оподаткування та закінчується 31 грудня такого року. Разом з Декларацією з податку на прибуток платник податку повинен подати фінансову звітність за період перебування на спрощеній системі оподаткування та за звітний рік (з 01 січня по 31 грудня такого року).

Потребам детінізації податкових правовідносин відповідає організація комунікацій між платниками податків та контролюючими органами. В електронному кабінеті платник податків може отримати інформацію стосовно банківських реквізитів для сплати податку на прибуток, скориставшись меню «Стан розрахунків з бюджетом».

Інформаційні джерела:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо вдосконалення адміністрування податків, усунення технічних та логічних неузгодженостей у податковому законодавстві: Закон України від 16.01.2020 № 466-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/466-20#Text>

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Таран Т.В., гр. М-2

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Л.О. Сколотій**
Державний біотехнологічний університет

З розвитком ринкової економіки та введенням в дію національних стандартів обліку суб'єктам господарювання надано значні права і можливості у реалізації своїх економічних інтересів,

вибору способів організації виробництва та збуту продукції, організації та методики її обліку.

Складність управління економікою підприємств в умовах нестабільного економічного та екологічного середовища, в якому вони функціонують, потребує своєчасного обліку виробничо-господарської діяльності, особливо процесу виробництва та реалізації готової продукції, що є основними економічними категоріями відповідно вимогам сучасності. Будь-яка продукція проходить декілька етапів, починаючи з виробництва та закінчуючи її реалізацією. Актуальність дослідження обумовлюється тим, що виробництво та реалізація готової продукції на сільськогосподарських підприємствах є найбільш важливими ділянками бухгалтерського обліку. Саме продукція, яку підприємство реалізує є головним джерелом отримання прибутків, що є основною метою його діяльності.

Вирішення завдань вдосконалення методики бухгалтерського обліку витрат на сільськогосподарських підприємствах потребує постійного контролю та аналізу за використанням ресурсів. Тому для підвищення ефективності діяльності підприємства велике значення має вибір правильних управлінських рішень на основі організації збору, формування та оцінки інформації про витрати. Вирішення цієї проблеми дозволить вийти на новий рівень побудови та організації бухгалтерського обліку витрат, реалізації продукції і підвищить його аналітичність та ефективність в управлінні підприємством.

Податковим кодексом України передбачено оподаткування сільськогосподарських товаровиробників. Зміна структури аграрного виробництва в останні 10-15 років обумовлена дією спеціальних режимів оподаткування. Існуюча сьогодні практика ведення бухгалтерського і податкового обліку є заплутаною та обтяжливою для платників податків, складною в адмініструванні податкових надходжень та прогнозуванні доходної частини бюджету. Причина полягає як у відмінності методології бухгалтерського та податкового обліку, так і у відсутності офіційних документів щодо інтерпретації даних бухгалтерського обліку для потреб оподаткування. Тому на сучасному етапі актуальним є питання висвітлення методичних аспектів ведення податкового обліку на підприємствах України на основі максимального використання інформаційної бази бухгалтерського обліку.

При адаптації облікової політики до потреб оподаткування є необхідним визначити особливості діяльності підприємства та ведення обліку стосовно оподаткування. Для сільськогосподарських підприємств за цим напрямом визначальним є сезонний характер

виробництва та необхідність формування собівартості готової продукції не за календарним, а за господарським роком. Також, специфічним для обліку витрат у сільському господарстві є висока питома вага непрямих витрат та необхідність розподілу загальногосподарських витрат не щомісячно, а один раз на рік.

Аграрна галузь одна з небагатьох галузей народного господарства, якій вдалося зберегти відносно позитивну динаміку економічного зростання, забезпечивши позитивний результат як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. З метою створення умов для активізації діяльності суб'єктів підприємництва, включаючи сільськогосподарських товаровиробників, та легалізації їх доходів, підприємцям надається можливість здійснювати самостійно добровільний вибір способу сплати податків і зборів, а саме: у загальноприйнятому порядку та з використанням спеціальних податкових режимів: єдиного податку за спрощеною системою оподаткування сільськогосподарських товаровиробників.

Такий вибір системи оподаткування є проявом демократизації суспільних відносин в умовах вступу до Європейського союзу, підтримки сільськогосподарських підприємств з боку держави. З метою пошуку напрямів поліпшення механізму оподаткування необхідне достовірне ведення податкового обліку та своєчасне складання звітності.

Єдиний податок є важливою і необхідною ланкою податкових відносин, які виникають у суспільстві між державою, органами місцевого самоврядування та його платниками. Окрім того, він виступає головним знаряддям реалізації державної регіональної податкової політики та формується у зв'язку з іншими інструментами державного регулювання економічних процесів, які одночасно є невід'ємними елементами економічної системи держави.

Секція 3
РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ
СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ



POJĘCIE RYZYKA PRZEDSIĘBIORSTWA

Chabaniuk O., PhD

Lwowski Uniwersytet Handlowo-Ekonomiczny

Ohirko I., Prof. dr hab

Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny w Radomiu

Termin ryzyka jest znany od bardzo dawna, gdyż towarzyszy każdej działalności człowieka. Stanowi jedno z kluczowych kategorii na tle gospodarki światowej. Zagadnienie ma charakter złożony i wielopłaszczyznowy ze względu na szeroką skalę oddziaływania zarówno w dziedziny życia społecznego jak i ekonomicznego. W związku z tym, nie istnieje jedna, precyzyjna definicja.

Jak wiadomo, każda decyzja pociąga za sobą pewne ryzyko związane z brakiem uzyskania w przyszłości oczekiwanych efektów. Mimo stawianych celów i dążeniom ku realizacji, nie istnieje możliwość przewidzenia na chwilę obecną osiągniętych wyników. Zatem występuje element niepewności. Wobec tego brak kompletnych informacji może przyczynić się do poniesienia strat przez dany podmiot, np. przedsiębiorstwo. Słowo „ryzyko” czerpie swój początek od starożytnego wyrazu „risicare”, czyli odważyć się [1, s. 11]. Wobec tego wiąże się z własnym wyborem a nie z przeznaczeniem. Można twierdzić, że kształtuje się przez horyzont czasowy.

Willet A. jako pierwszy utożsamia pojęcie ryzyka z niepewnością wystąpienia niechcianego zdarzenia, z którym występuje w ścisłym związek [2, s. 49]. Zauważa się, że wzrastający poziom prawdopodobieństwa nie odgrywa znaczącej roli na wielkość ryzyka. Następnie amerykański naukowiec F. H. Knight różnicuje dwa wyżej wymienione pojęcia. W swojej teorii podkreśla mierzalną postać ryzyka a zarazem niemierzalną niepewność określaną mianem sensu stricte. Z kolei J. Pfeiffer określa ryzyko jak pewną kombinację komponentów hazardu mierzoną przez

niepewność [1, s. 12]. Wynikać to może z faktu, iż w języku angielskim synonimem ryzyka jest słowo hazard.

Pojęcie niepewności prezentuje się w kategoriach psychologicznych, albowiem wyznaczane jest przez wiarę. Za źródło uważa się nieokreśloność, złożoność oraz nieciągłość zjawisk zarówno społecznych jak i ekonomicznych. Zatem podanie dokładnie sprecyzowanej miary w tym zakresie staje się bardzo trudne. W konsekwencji, stosuje się tutaj zamiennie definicji zawodności czy wątpliwości w odniesieniu do osoby bądź rzeczy.

Znany ekonomista J.M. Keynes zakładał w przypadku ryzyka możliwość przewidzenia prawdopodobieństwa, z jakim wystąpi dane zdarzenie [2 s. 54-55]. Zatem oceniano poziom za pomocą formuły matematycznej. Dla przykładu, prawdopodobieństwo wyrzucenia określonej cyfry kostką sześcienną do gry z wartościami od 1 do 6 wynosi 1/6. Inaczej wygląda sytuacja dla niepewności, albowiem brak danych o przyszłych zdarzeniach wyklucza opcję obliczenia prawdopodobieństwa wystąpienia. W konsekwencji, nieznaną jest cena kursu złotego czy baryłki ropy w perspektywie za kilka lat.

Podobnie jak pojęcie ryzyka, definicja przedsiębiorstwa nie posiada jednej definicji. Istnieje tu duża różnorodność. Jedną z przyczyn zaistniałej sytuacji jest odmienne podejście do zagadnienia przez wiele dyscyplin naukowych. Wymienia się tu m.in.: teorię ekonomii, nauki o zarządzaniu, cybernetykę, socjologię, prawo. Każda uwzględnia te elementy, które mają znaczenie z jej punktu widzenia.

Tradycyjna ekonomia neoklasyczna zakłada koncepcję przedsiębiorstwa o charakterze marginalistycznym. Jak wiadomo, każde przedsiębiorstwo kieruje się maksymalizacją zysków a minimalizacją kosztów.

W warunkach konkurencji doskonałej podejmuje się decyzje racjonalne w oparciu o dane porównawcze w zakresie relacji krańcowych kosztów a krańcowych przychodów czynników produkcji. Odnosząc się do zagadnienia zdefiniowania przedsiębiorstwa od strony nauk o zarządzaniu przedstawia się zorganizowaną jednostkę z przejrzystymi oraz konkretnymi zasadami racjonalności funkcjonowania.

Z cybernetycznego punktu widzenia porównuje się istnienie i funkcjonowanie firmy do żywego organizmu. Nastawiona jest na jak najdłuższy okres bytu. Zasilana jest z różnych źródeł. W przypadku wadliwości jakiegoś strumienia, system ma możliwość dalszego prosperowania – nie zanika. Dzięki takim zabiegom dochodzi do zabezpieczenia się przed ewentualnym upadkiem.

Zatem żywotność przedsiębiorstwa znacznie wydłuża się. Ponadto, sama w sobie wyodrębnia niemało podsystemów wzajemnie na siebie oddziałujących.

Źródła informacji:

1. Tarczyński W., Mojsewicz M. *Zarządzanie ryzykiem*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2001.

2. Kaczmarek, *Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Ujęcie interdyscyplinarne*, Wyd. Difin, Warszawa, 2006.

APPLICATION OF INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES IN ENTERPRISE MANAGEMENT

Polupan V., CCM-26 group, **Nosulia O.**, CE-18 group
Scientific director – Ph.D. tech. Sciences, associate professor **S. Sorokina**
State Biotechnological University

Due to the continuous development of science and information systems, there is an active penetration of them into various fields. Modern enterprises use in their work information technology that solves various problems: from operational management of the enterprise to assistance in making management decisions.

Recently, with the significant growth of the market for new information products and their active use in leading companies, the issue of large-scale use of information technology in enterprise management is very common. The impact of information technology on the dynamics of growth of product quality of enterprises, especially in high-tech areas, in the coming years will be actively growing [1-3]. Therefore, one of the key tasks of improving the functioning of the enterprise is the effective use of information technology in the organization of its activities.

Today, the idea of an information system is formed as a system that can be implemented only with the help of computer technology. Despite the fact that at the moment companies mostly use information technology based on computer solutions, information systems can operate both with the use of technical means and without them.

In general, the modern information system of the enterprise should be considered as a software package consisting of separate modules that cover all areas of the enterprise and interact in real time, which allows timely and informed decisions at different levels of enterprise management. The information system of the enterprise should be based on such a

software product that best meets the requirements for the organization of effective document management and information exchange.

Now, in the market of IT technologies there is a wide choice of the software, any company can choose a software product depending on the purposes. The choice of software should be based on an understanding of its capabilities and shortcomings, a clear understanding of the purposes of use.

The most famous foreign manufacturers of corporate information systems are SAP, IBM, Oracle, PeopleSoft, REAL Application, Hewlett-Packard and others. Among the most common corporate information systems, Scala, BAAN, Galaxy, Oracle Applications, System Aurora (Business / 400), Infor SyteLine ERP, Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics NAV, Compass, ASTOR, Business Control, Global should be singled out. ERP and others [4].

Their introduction into the practice of management of modern enterprises provides continuous accounting and control over the condition and movement of inventory, maintenance of financial and human resources at the enterprise, obtaining data on the results of the enterprise in real time, prompt preparation of analytical documents, forecasts and work plans. improving the efficiency of management decisions based on reliable and complete information about the activities of the enterprise, which is available at any time.

In addition, the structure of the information system and its functional purpose must meet the goals of a particular organization, and the process of implementing new information technology must take into account the extremely high rate of its variability with new types or versions. Ignoring this fact can lead to the rapid obsolescence of information technology and the need to take measures to modernize it.

Thus, the use of modern information systems and technologies in the field of enterprise management makes it possible to more quickly provide the company with the necessary economic information, to rationalize the mechanisms of its processing and systematization. And, information systems used in modern enterprises must meet the criteria of minimum cost of equipment and software, maximum ease of use, flexibility, data protection and security, compatibility of new technology with existing equipment and software.

Information sources:

1. Янчук Т. В. Значення механізму впровадження інформаційних технологій у господарській діяльності підприємств. *Економіка і організація управління*. 2016. № 4. С. 269-276. (

2. Маковій В. В. Роль інформаційних систем в діяльності телекомунікаційного підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 3 (21). С. 121-126.

3. Яремко С. А. Розробка критеріїв оцінювання сучасних інформаційних систем обліку та управління бізнес-процесами підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницьк, 2014. № 1 (208). С. 158-163.

4. Юрчук Н. П. Інформаційні системи в управлінні діяльністю підприємства. *Агросвіт*. 2015. № 19. С. 53-58.

КОНЦЕПТ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ТОВАРІВ

Бережна А.І., гр. Бз-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Н.Б. Кащена**
Державний біотехнологічний університет

Сучасні умови господарювання зумовлюють необхідність створення адаптивної системи управління бізнесом, здатної забезпечувати адаптацію до динамічних змін бізнес-середовища та досягнення ефективних результатів функціонування підприємств торгівлі. Основою створення такої системи є інформація бухгалтерського обліку та аналізу даних.

Концептуалізація обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів потребує, перед усім, чіткого розуміння даної дефініції, під якою пропонуємо розуміти систему, що являє собою синергію компонент обліку, аналізу та контролю, які взаємодіють через інформаційні потоки в процесі акумулювання і передачі оперативної, релевантної та якісної обліково-аналітичної інформації шляхом її структурування, обробки та представлення для прийняття управлінських рішень з реалізації товарів внутрішніми користувачам та іншим стейкхолдерам.

Облікова компонента базується на обліковій політиці підприємства і забезпечує: реєстрацію та накопичення облікової інформації щодо операцій, пов'язаних з реалізацією товарів, в первинних документах та на рахунках бухгалтерського обліку; складання управлінської та фінансової звітності про доходи, витрати і результати процесу реалізації товарів на підставі обробки первинної і поточної облікової інформації торговельного підприємства.

Аналітична компонента передбачає комплексне дослідження результатів та ефективності господарських операцій, пов'язаних з реалізацією товарів, і ґрунтується на інформації, що продукується обліковою компонентою, та методах і способах її обробки. Аналітична компонента забезпечує: аналітичну обробку сукупності облікових

даних про доходи, витрати і результат реалізації товарів; оцінку відхилень та чинників зміни результатів та ефективності процесу реалізації товарів; визначення резервів підвищення результатів та ефективності процесу реалізації товарів; планування та прогнозування результатів та ефективності процесу реалізації товарів.

Контрольна компонента передбачає здійснення внутрішнього та зовнішнього контролю і забезпечує контроль за результатами функціонування облікової та аналітичної компонент, якістю та достовірністю інформації, яку генерують ці компоненти, загальною ефективністю діяльності торговельного підприємства, ступенем досягнення запланованих показників обсягів реалізації, своєчасно виявляє відхилення.

Синергія облікової, аналітичної та контрольної компонент забезпечує формування якісно нового рівня обліково-аналітичної інформації щодо реалізації товарів, здатної забезпечити задоволення інформаційних потреб різних рівнів управління в режимі реального часу [1]. Задля цього інформація, яка продукується системою обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів, має відповідати наступним вимогам:

- якість і вірогідність даних, тобто відповідність їх реальному стану речей і явищ (досягається достовірним відображенням у відповідній обліково-аналітичній документації доходу, витрат та прибутку від реалізації товарів; усуненням передумов викривлень інформації; застосуванням досконалих систем реєстрації, методів її вимірювання та прийомів наступного контролю);

- повнота і різнобічність даних (досягається оптимальною кількістю необхідних даних для управління доходом, витратами та прибутком від реалізації товарів, оскільки збирання якомога більшої кількості даних може створити проблему зайвої інформації, а її надлишок підвищує витрати на фіксацію, опрацювання та зберігання даних);

- оперативність, своєчасність і безперервність отримання даних (досягається вчасним надходженням інформації про дохід, витрати та прибуток від реалізації товарів до користувачів, тобто інформація за цими показниками має надходити до користувача перш ніж застаріє, інакше вона частково або повністю втрачає свою користь);

- доступність і гласність даних щодо реалізації товарів (держанням всієї необхідної інформації про дохід, витрати та прибуток від реалізації товарів для виконання контрольних-аналітичних процедур);

- релевантність даних, багаторазовість і тривалість їх використання (досягається відповідністю і достатністю інформації про дохід, витрати та прибуток від реалізації товарів для розв'язання

відповідних функціональних управлінських завдань впродовж визначеного періоду часу) [2].

Дотримання визначених вимог до інформації щодо реалізації товарів, особливо за умов використання сучасних інформаційних систем і технологій її збирання, обробки і зберігання, дозволить забезпечити не лише високий рівень її якості та відповідний рівень системи обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів, але й комплексне та системне вирішення її основних завдань.

Слід зазначити, що формування ефективної системи обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів в підприємствах торгівлі потребує розробки певних правил та механізму взаємодії її складових з іншими підсистемами управління на підставі певних принципів. Важливість дотримання принципів обліково-аналітичного забезпечення полягає в можливості встановлення правил дій і поведінки для суб'єктів обліково-аналітичного забезпечення з метою узгодження, координування і регулювання їх діяльності в рамках системи управління, що напряду впливає на процес прийняття і реалізації управлінських рішень. Пропонуємо формувати систему обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів на підставі принципів обґрунтованості, синергізму, системності і комплексності, емерджентності та узгодженості, обачності (достовірності і точності) та безперервності. Дотримання цих принципів дозволить узгодити та забезпечити ефект синергії при вирішенні функціональних завдань обліку, аналізу та контролю процесу реалізації товарів в обліково-аналітичній системі підприємства. Крім того, сприятиме формуванню релевантного інформаційного масиву даних для управління продажами та налагодженню ефективних каналів інформаційно-комунікаційної взаємодії зі стейкхолдерами [3].

Отже, обґрунтований концепт обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів в підприємствах має теоретичну і практичну значущість як для організації обліку, аналізу й контролю реалізації товарів, так і для ефективного функціонування інформаційної системи управління продажами в межах усієї інформаційної системи управління підприємством.

Інформаційні джерела:

1. Кащена Н.Б., Порсюрлова І.П. Операції підприємства з цінними паперами: організаційно-методичні аспекти обліку, аналізу і аудиту : монографія. Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2021. 355 с.
2. Янчева Л.М., Кащена Н.Б., Порсюрлова І.П. Обліково-аналітичне забезпечення управління капіталом підприємств торгівлі: теорія та практика : монографія. Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2016. 324 с.

3. Кащена Н.Б. Обліково-аналітичне забезпечення управління економічною активністю підприємств торгівлі: теорія, методологія, практика : монографія. – Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2021. 389 с.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Божко Я. Ю., гр. Б-19

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.М. Гаркуша**
Державний біотехнологічний університет

В умовах конкуренції та невизначеності ринкового середовища перспективи сталого економічного розвитку вітчизняних підприємств значною мірою залежать від ефективності управління витратами. Вирішення проблем пошуку оптимального рівня витрат, який би забезпечував достатнє зростання прибутку й підтримку фінансової стійкості суб'єктів господарювання в конкурентному середовищі, обумовлюється якістю обліково-аналітичного забезпечення управління.

Систему обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємства слід розглядати як єдність підсистеми обліку, аналізу та аудиту.

Слід зазначити, що визначальною ланкою в системі обліково-аналітичного забезпечення управління витратами є облікове забезпечення, оскільки прийняття управлінських рішень стосовно оптимізації витрат базується на інформації, що міститься в первинних та зведених бухгалтерських документах, фінансовій та управлінській звітності. Зокрема, завданнями обліку витрат є: розрахунок витрат кожного підрозділу та витрат на одиницю продукції (товарів, робіт, послуг); здійснення пошуку ресурсів, за рахунок яких можливо мінімізувати витрати.

Важливим елементом в системі обліково-аналітичного забезпечення управління витратами, дієвим засобом виявлення внутрішньогосподарських резервів відносного зниження витрат при одночасному зростанні обсягів діяльності та прибутку, основою розробки науково-обґрунтованих планів та управлінських рішень є економічний аналіз. Результати економічного аналізу необхідні різним зовнішнім і внутрішнім користувачам для розробки оптимальних управлінських рішень, направлених на підвищення ефективності бізнесу.

Крім того, економічний аналіз витрат є засобом для обґрунтування бізнес-планів, а також контролю за їх виконанням. При

цьому слід зазначити, що ефективність аналізу значною мірою залежить від систематичності його проведення. Проведення аналізу забезпечує вивчення динаміки витрат у цілому по підприємству та в розрізі їх окремих видів і статей, вивчення структурних зрушень у складі витрат та окремих статей, визначення суми абсолютної та відносної економії або перевитрат.

З метою отримання оптимального результату від здійснення витрат необхідно враховувати не тільки їх величину, структуру та склад, а й вплив чинників, які можуть змінювати поведінку витрат та зумовлювати невизначеність отримання економічного результату діяльності підприємства. Умовою якісного управління витратами є наявність єдиної методики аналізу з урахуванням специфіки діяльності підприємств галузі.

В процесі аудиту, як складової системи обліково-аналітичного забезпечення управління витратами, перевіряється правильність, достовірність та точність формування облікової інформації, що дозволяє своєчасно виявити та виправити помилки та забезпечити якість аналізу витрат та пов'язаних з ним управлінських рішень.

Таким чином, обліково-аналітична система, яка являє собою сукупність облікової інформації та отриманих на її базі аналітичних даних, повинна стати інформаційним забезпеченням управління витратами та діяльністю підприємства в цілому. Основним принципом, що забезпечує ефективність функціонування обліково-аналітичної системи, є безперервність взаємодії її складових: обліку, аналізу та аудиту, що взаємодіють через інформаційні потоки в процесі формування і передачі оперативної обліково-аналітичної інформації для забезпечення ефективності прийняття управлінських рішень.

Крім того, вважаємо, що вирішення проблеми відповідності інформаційного забезпечення потребам управління витратами суб'єкта господарювання потребує постійного удосконалення організаційних та методологічних засад обліково-аналітичної складової системи управління. За цих умов особливої актуальності набуває проблема посилення контрольних функцій обліку, підвищення аналітичності, оперативності облікової інформації, своєчасного забезпечення користувачів об'єктивною, достовірною, неупередженою інформацією, а також розробки методик використання інформаційних потоків для прийняття виважених управлінських рішень стосовно зниження витрат та підвищення прибутковості підприємства.

Отже, функціонування раціональної системи обліково-аналітичного забезпечення управління витратами суб'єктів господарювання дає можливість обґрунтувати розмір та рівень витрат

на плановий період, дослідити доцільність витрат, впливати на їх формування, своєчасно виявляти потенційні можливості мінімізації їх розміру, оптимізації складу та структури.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКОВИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Гаєвський Є.В., Гордієвич І.О., здоб. ОС «Магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **С.І. Василюшин**
Державний біотехнологічний університет

Сучасний економічний простір неможливо уявити без цифрових технологій, які проникли абсолютно в усі сфери життя людства. Цифровізація змінює технологічну, економічну та соціальну реальність, що є особливо важливим під час вирішення питань інформаційного забезпечення управлінських процесів на рівні держав чи окремих бізнес-структур.

Бухгалтерський облік як єдине надійне джерело достовірної, доречної, неупередженої та точної інформації про події господарського життя одним із перших зазнає впливу цифрових технологій підготовки та обробки облікової інформації.

Під автоматизацією обліку розуміють комплекс заходів, спрямованих на використання комп'ютерно-хмарних технологій реєстрації, обробки, зберігання та передачі облікової інформації на платформах певних бухгалтерських програмних продуктів.

Сьогодні найбільш уживаними програмами комплексної автоматизації облікового процесу є «1С:Підприємство», «SAP», «Парус», «Дебет Плюс», «М.Е.Дос IS», «Соната», «Універсал», «Галактика» тощо. Донедавна особливого розповсюдження набула програма «1С:Підприємство», проте сьогодні вона трансформована у програму «BAS». Програмний продукт «BAS Бухгалтерія» призначений для автоматизації бухгалтерського і податкового обліку, зокрема й підготовки обов'язкової (регламентованої) звітності, в організаціях, що здійснюють будь-які види комерційної діяльності: гуртову і роздрібну торгівлю, комісійну торгівлю (включно з субкомісією), надання послуг, виробництво тощо. Бухгалтерський та податковий облік ведеться відповідно до чинного законодавства України [1].

На думку практиків, серед основних переваг автоматизації – суттєве скорочення часу на обробку господарських операцій;

підвищення точності облікових даних; зниження трудомісткості та скорочення фінансових витрат на обліковий супровід бізнесу; спрощення процедур формування та подання фінансової та податкової звітності; підвищення релевантності та точності показників, сформованих на запити зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів тощо.

Отже, процес автоматизації обліку є продовженням новітньої моделі модернізації бухгалтерського обліку на підприємстві, оскільки облік припинив справджувати поточні запити користувачів в оперативній інформації, з'явилась потреба задля ведення обліку використовуючи комп'ютерні системи та технології [2].

Разом з тим, серед основних недоліків автоматизації варто згадати орієнтацію більшості програм на всі галузі національної економіки, у результаті чого виникає необхідність розробки додаткових конфігурацій, що враховували б специфіку діяльності бізнес-суб'єкта; зростання витрат на комп'ютерну техніку, Інтернет та їх обслуговування; додаткові витрати на навчання персоналу; необхідність постійного оновлення програм внаслідок частих змін облікового та податкового законодавства.

Науковці до недоліків автоматизації обліку також відносять неготовність персоналу до змін, адаптацію до нових технологічних умов роботи, високу вартість інтеграції програм автоматизації обліку [3].

Отже, цифровізація є невід'ємною складовою сучасного бізнес-середовища, і у майбутньому буде все глибше проникати у всі сфери соціально-економічного простору. Сучасний автоматизований бухгалтерський облік перебуває у процесі постійного удосконалення внаслідок використання провідних програмних продуктів, серед яких такі програмні рішення як SAP, BAS та інші. Це обумовлює зростання ролі професії бухгалтера як професіонала, здатного задовольнити користувачів інформацією в умовах цифрової економіки.

Інформаційні джерела:

1. Офіційний сайт BAS. Рішення для масового ринку. URL: <https://www.bas-soft.eu/soft/bas-mass/bas-accounting/> (дата звернення: 12.10.2021).
2. Скрипник С.В., Франчук І.Б., Шепель І.В. Особливості автоматизації обліку підприємств у сучасних умовах. *Економіка та держава*. 2020. № 10. С. 40-45.
3. Плекан М.В., Гайдучок Т.С., Головач Г.В. Переваги та недоліки автоматизації бухгалтерського обліку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 23. С. 10-15.

СТРАТЕГІЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Гринявський С.М., аспірант

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф., академік В.М. Жук
НААН «Інститут аграрної економіки»

Сучасний розвиток діяльності сільськогосподарських підприємств потребує належної інформації для прийняття ефективних рішень. Інформаційне забезпечення слугує первинним аспектом системи обліку загалом та стратегії управління зокрема. Процес стратегічного управління підприємством вимагає від своїх виконавців прийняття суттєво правильних рішень, та вибору з інформаційних потоків важливих даних, для формування звітності на проміжному етапі.

Розглядаючи поняття: стратегічного управлінського обліку з позиції науковців, можемо констатувати, що це система ідентифікації, збору, обробки та представлення інформації у вигляді стратегічної управлінської звітності про ресурси, затрати і результати діяльності підприємства (стратегічної бізнес-одиниці) в певному бізнес-середовищі, яка необхідна для цілей стратегічного менеджменту [1]. Варто відмітити, що виконавцями цієї системи та забезпечення її функціонування є бухгалтери. Оскільки, формування фінансової та управлінської звітності відноситься саме до їх прямих обов'язків.

Варто відзначити, що виконання стратегії залежить від злагодженої роботи колективу підприємства, в якому вдало розподілені ролі учасників управлінського процесу. Персонал підприємства потрібно розглядати як основний елемент системи управління, який забезпечує конкурентоспроможність організації, та при особливих вміннях може вивести на вершину діяльності.

Виконання працівниками своїх обов'язків свідчить про проходження певного етапу стратегічного плану. При свідомому розумінні працівниками мети діяльності, чітко налагоджених не тільки зовнішніх, а й внутрішніх взаємозв'язків виховує чітко сформований напрям їхніх дій. Узагальнюючи результати дій підприємства, робітників як структури бухгалтеру потрібно чітко в межах своєї кваліфікації визначити найцінніші дані, які мають надати керівництву – управляючій верхівці, напрям для неупередженого втручання, або збереження спокою в своїх діях. Тобто, працівники повинні розуміти та стратегічно мислити в процесі висвітлення інформації в межах своїх обов'язків, щоб дані були корисними на наступних ділянках, а не призводили до витрачання часу та марно витрачених ресурсів.

Стратегічне мислення працівників на сільськогосподарському підприємстві має будуватися в кожній ланці, адже сукупність бізнес-процесів діяльності досить велика. Надходження інформації не завжди збігається з часом господарської операції. Тому навчання персоналу, підвищення кваліфікації, зокрема, обліковців та бухгалтерів, від яких надходить останній варіант даних, створить мистецтво моделі прийняття певних рішень, підвищення ефективності функціонування.

Отже, персонал є основним ресурсом підприємства, що забезпечує успіх діяльності. Орієнтація підприємства на стратегічне управління, є можливим коли її персонал має стратегічне мислення. Наявність фахівців вищого рівня, які виконують завдання стратегічного плану на сільськогосподарському підприємстві, спроможні мислити на рівні поставлених цілей та довготривалого існування, перетворюють поточну і повсякденну діяльність чітко підпорядковану досягненню поставлених довгострокових цілей.

Інформаційні джерела:

1. Бруханський Р. Побудова методики стратегічного управлінського обліку на підприємствах. Науково-практичний журнал: Бухгалтерський облік і аудит, 2014 р., с.27-36

ТРЕНД КОГНІТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІННОВАЦІЙНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ

Дерев'яно О.О., гр. Б-11м

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Т.В. Бочуля**

Державний біотехнологічний університет

Сучасний ефективний бізнес орієнтований на інноваційні технології в інформаційному забезпеченні управління, що являє собою побудову принципово нової інформаційної інфраструктури з виділенням обліково-аналітичного забезпечення як фундаменту інформаційних процесів. Це перехід на новий рівень функціонування підприємства із запозиченням кращої практики реалізації інноваційних технологій. Наразі технологічні стартапи поширені у світовому бізнесі як важливий інструмент розвитку, що реалізується в конкурентній стратегії, а саме в формуванні системи унікальних ключових компетенцій бізнесу, на підставі яких підприємства здобувають

беззаперечні переваги та здатні утримувати конкурентні позиції з постійним удосконаленням загальної бізнес-моделі.

Інноваційні когнітивні технології покликані сприяти еволюційним змінам на мікрорівні (підприємницькі структури) та революційним перетворенням на макрорівні (бізнесова екосистема). Спонукальною ідеєю таких перетворень є глобальний та кардинальний характер змін, що передбачає набуття інформаційними системами нових властивостей з інноваційними якісними параметрами в релевантних даних. Завдяки когнітивним технологіям можливим стає прогрес в сфері розширених аналітичних додатків (система Big Data) та даних, що виявляється в переході облікових і аналітичних процесів на новий організаційно-методологічний рівень.

У такому інноваційному виявленні обліково-аналітичне забезпечення управління постає як невід'ємна складова інформаційної компетенції бізнесу, що розглядається як інструмент розвитку із забезпеченням стратегічного потенціалу та організацією інформаційної інфраструктури нового типу.

Це результат всебічного аналізу технологічних, економічних, соціальних тенденцій, норм і постулатів розвитку зовнішнього середовища, стилів управління, що можна використовувати для модернізації правил інформаційної діяльності та створення інформаційного середовища, яке сприяє розширенню ключових компетенцій підприємства [1, С. 17].

Обліково-аналітичне забезпечення управління задіяне в бізнесі для формування інформаційного повідомлення певного типу, яке використовується для досягнення компромісу в ризиках, рішеннях, гіпотезах управління із забезпеченням міцності конкурентної позиції та отриманням реального результату з його подальшим використанням в координації політики управління.

Реалізація когнітивних технологій в інноваційному розвитку обліково-аналітичного забезпечення управління здійснюється через комплексну трансформацію інформаційної системи підприємства з переходом на новий рівень професійних та інформаційних відносин, в основі яких лежить тренд когнітивних технологій. Сукупно це складає дорожню карту інновацій з інтелектуально-технологічною переорієнтацією процесів обробки, передачі та зберігання даних [2].

Кожна складова дорожньої карти інноваційного розвитку обліково-аналітичного забезпечення управління описується чинниками, які формують контекст змін та трансформацій.

1. Комунікаційні зв'язки – організація інформаційного партнерства між внутрішніми та зовнішніми групами впливу для

налагодження інформаційного обміну про тенденції бізнесової екосистеми.

2. Тенденції розвитку – імплементація цифрових інновацій та науково-інтелектуальних ресурсів в інформаційну інфраструктуру з вибором нової форми інформаційної системи та розширенням інформаційних процесів в межах обліково-аналітичної системи.

3. Тест змін – постійність діагностики при формуванні групи принципів, ознак, ризиків, характеристик, властивостей обліково-аналітичного забезпечення управління зі складанням програми модифікації основних його параметрів, виходячи за межі традиційних базових положень організації інформаційного процесу.

4. Ієрархічність змін – адаптація обліково-аналітичного забезпечення управління відповідно до напрямів та пріоритетів бізнес-моделі підприємства, сприяючи, таким чином, формуванню реакції на зовнішні та внутрішні параметри змін в діяльності підприємства.

Когнітивний аспект інноваційного розвитку обліково-аналітичного забезпечення управління полягає у створенні нової методологічної та організаційної основи інформаційних процесів з трансформацією їх якісних параметрів та підвищенням реакції на зміни у бізнесовій екосистемі.

Інформаційні джерела:

1. Bochulia T. Information provision of formation enterprise core competencies / T. Bochulia, A. Yanchev, O. Kvasha // European Cooperation. – 2017. – Vol. 1 (20). – P. 9–22.

2. Davenport T. H. The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work (Management on the Cutting Edge) / T. H. Davenport. – The MIT Press; 1st edition, 2018. – 248 p.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ

Дроб'язко В. В., гр. маг. ОіО 1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.О. Сколотій**
Державний біотехнологічний університет

При формуванні облікової політики затверджуються: робочий план рахунків бухгалтерського обліку; форми первинних облікових документів, реєстрів бухгалтерського обліку, а також документи для внутрішньої бухгалтерської звітності; порядок проведення інвентаризації активів і зобов'язань організації; способи оцінки активів

і зобов'язань; правила документообігу та технологія обробки облікової інформації; порядок контролю за господарськими операціями та інші рішення, необхідні для організації бухгалтерського обліку.

Облікова політика підприємства повинна забезпечувати, в тому числі повноту і своєчасність відображення в бухгалтерському обліку всіх фактів господарської діяльності.

Якщо підприємство, яке застосовує спрощену систему оподаткування, є суб'єктом малого підприємництва, то для нього передбачена можливість спрощення способів ведення бухгалтерського обліку. При спрощеному веденні бухгалтерського обліку підприємство повинно відобразити цю інформацію в обліковій політиці.

Необхідність розробки і затвердження облікової політики пов'язана з варіантністю облікового процесу: по ряду позицій підприємство самостійно приймає рішення, тобто здійснює вибір, виходячи з можливих варіантів, закладених у чинній нормативній базі.

Вибір і реалізація раціональної, економічно обгрунтованої облікової політики впливає на ефективність використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, прискорення оборотності капіталу, отримання додаткових внутрішніх джерел фінансування капітальних вкладень і оборотних активів, поліпшення дивідендної політики, залучення зовнішніх ресурсів для розширення економічної діяльності господарюючого суб'єкта. Від обраної підприємством облікової політики істотно залежить величина таких показників як собівартість продукції, прибуток, податок на прибуток, ПДВ та майно, а також показників фінансового стану підприємства. Отже, облікова політика є важливим засобом формування величини основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства, податкового планування, цінової політики. Щоб провести порівняльний аналіз показників діяльності підприємства за різні періоди і, особливо, порівняльний аналіз різних підприємств необхідно ознайомитися з прийнятою економічним суб'єктом обліковою політикою.

Якщо на підприємстві виникають ситуації, для яких не існує чітко визначених методів бухгалтерського обліку, то відповідні методи необхідно розробити самостійно і закріпити їх у наказі про облікову політику. Необхідно керуватися положеннями діючих нормативних актів з бухгалтерського обліку та міжнародними стандартами фінансової звітності.

Розробка, а тим більше вдосконалення облікової політики підприємства – це складний процес, що передбачає вивчення

особливостей бізнесу, аналіз чинного законодавства, проведення економічних і фінансових розрахунків, прийняття рішень тощо.

Розробка облікової політики підприємства повинна ґрунтуватися на аналізі великої кількості нормативних документів в галузі регулювання бухгалтерського обліку та оподаткування і постійному моніторингу їх змін, доскональному знанні особливостей діяльності підприємства, функцій його структурних підрозділів і їх взаємодії, поточного економічного становища підприємства та перспектив його подальшого розвитку.

Всі рішення, прийняті підприємством, у виборі методів обліку конкретних об'єктів і операцій повинні бути включені до облікової політики. Така робота, повинна проводитися під відповідальністю головного бухгалтера, оскільки повинні бути дотримані всі формальності, передбачені відповідними нормативними актами.

Також за допомогою облікової політики можна мінімізувати прогнозовану суму податків по діючому бізнесу. При вирішенні спорів між платниками податків і податковими органами в процесі застосування методів корекції фінансових показників для цілей оподаткування та обчислення податкових платежів наказ про облікову політику часто стає незаперечним доказом правильності аргументів однієї зі сторін.

В результаті різноманітних норм існуючого нормативного положення є можливість один і той же факт господарського життя відобразити, як дохідну, так і збиткову операцію. Це означає, що, вибираючи один із запропонованих законодавством варіантів дій, цілком можливо знайти законний спосіб зменшити суму оподаткованого прибутку і в той же час збільшити бухгалтерський прибуток. Як наслідок, фінансове становище підприємства відбивається в його фінансовій звітності відповідно до інтересів підприємства та її власників, а бюджет отримує податки в межах нормативних вимог.

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В ЧАСТИНІ ДОХОДІВ І ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Какуріна Х.Е., гр. БЗ-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Л.О. Кирильєва

Державний біотехнологічний університет

В умовах трансформації економічних процесів головним завданням для керівників виробничих підприємств є ефективне управління їх діяльністю з метою забезпечення прибутку, формування якого безпосередньо залежить від доходів і витрат від операційної діяльності. Управляти доходами та витратами можливо на основі своєчасно отриманої облікової інформації, генератором якої є не тільки система фінансового, але й управлінського обліку.

Організувати управлінський облік можливо завдяки виваженій обліковій політиці в частині доходів та витрат, яка буде орієнтована як на фінансовий облік, так і управлінський. Облікова політика використовується з метою створення інформаційних передумов для ефективної реалізації всіх управлінських функцій і задоволення потреб всіх зацікавлених користувачів в об'єктивній обліковій інформації [1]. Зазначимо, що сьогодні до використання пропонується декілька варіантів формування облікової політики відповідно взаємозв'язку між фінансовим та управлінським обліком:

- традиційна облікова політика, що спрямована на реалізацію функцій фінансового обліку та звітності з використанням загальноприйнятих елементів;
- облікова політика підприємства з додатковим розділом, який включає елементи для організації управлінського обліку;
- окрема облікова політика для фінансового та управлінського обліку.

Вважаємо, що для отримання повної інформації про доходи та витрати необхідно застосовувати інтегрований підхід до формування облікової політики відповідно інформаційних потреб осіб, що приймають рішення.

Актуальним питанням залишається питання виокремлення етапів формування облікової політики та розділів. Пропонують формувати облікову політику за етапами: організаційно-технічний, методичний та підсумковий [2]. Відповідно до інтегрованого підходу формувати облікову політику в частині доходів і витрат доречно за

такими блоками як: організаційний, методичний та технічний з урахуванням технологій виробництва на підприємстві.

Так, в організаційному блоці облікової політики для формування інформації про доходи та витрати необхідно виділяти: нормативні документи; чинники впливу на формування облікової політики; зв'язок між фінансовим та управлінським обліком; центри доходів, витрат та їх підпорядкованість; перелік відповідальних осіб; інноваційні форми реалізації продукції покупцям; комунікаційні зв'язки. В методичному блоці облікової політики в контексті управлінського обліку доходів і витрат необхідно включити: визнання доходів і витрат в обліку; метод калькулювання собівартості продукції; метод розподілу загальновиробничих витрат; методика бюджетування. При розкритті інформації про доходи і витрати в обліку та звітності (Звіт про фінансові результати) дотримуватися критерію суттєвості, та окремо розкривати інформацію про статті доходів (витрат), якщо їх значення перевищує 2 % чистого прибутку підприємства за звітний період. Для обліку та управлінської звітності виділяти такі види доходів та витрат: дохід та витрати від реалізації продукції за каналами реалізації; дохід та витрати в розрізі видів продукції. В технічному блоці облікової політики доречно виділяти: перелік первинних документів, що підтверджують факт визнання доходів та витрат; рахунки для управлінського обліку відповідно до розробленого Робочого плану рахунків; перелік форм відомостей та звітів для отримання обліково-аналітичної інформації про доходи і витрати; програмне забезпечення для обліку доходів і витрат операційної діяльності відповідно до інформаційних потреб користувачів облікової інформації.

Отже, для отримання релевантної інформації щодо доходів та витрат операційної діяльності підприємства та її правильного відображення у фінансовій звітності, необхідно розробляти облікову політику, яка є дієвим інструментом для побудови раціональної системи управлінського обліку та прийняття обґрунтованих рішень. .

Інформаційні джерела:

1. Лоханова Н. О. Облікова політика як інструмент управління економічною безпекою компанії / Лоханова Н. О. // Інвестиції : практика та досвід. – 2014. – № 11. – С. 12–16.
2. Гуріна Н. В. Формування облікової політики підприємства щодо витрат і доходів / Н. В. Гуріна // Бізнес Інформ. – 2015. – № 8. – С. 194–199.

МІСЦЕ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Лебеденко А.М., здоб. ОС «Магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **С.І. Василюшин**

Державний біотехнологічний університет

В умовах невизначеності умов існуючого бізнес-середовища особливого значення набуває інформація стратегічного та тактичного характеру, здатна задовольнити інформаційні запити внутрішніх користувачів, передусім менеджмент бізнес-структур. Саме це надважливе завдання покладено на підсистему управлінського обліку, розвиток якого все більше викликає інтерес у дослідників та практикуючих бухгалтерів.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено, що управлінський (внутрішньогосподарський) облік – це система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів в процесі управління підприємство»[1]. Управлінський облік розширює та поглиблює фінансовий і є основною системою комунікації всередині підприємства. Розробка і введення його на підприємствах є частиною загального процесу реформування системи бухгалтерського обліку в Україні. Таким чином, головною метою управлінського обліку є забезпечення інформацією менеджерів, відповідальних за досягнення конкретних виробничих цілей.

Традиційно облік витрат, як частина бухгалтерського обліку, мав своєю ціллю узагальнення витрат для калькулювання собівартості продукції. Сучасний же управлінський облік, використовуючи зовнішню та внутрішню інформацію, забезпечує не лише потреби виробництва, а й маркетингу, управління дослідженнями та іншими сферами бізнесу [2].

Система управлінського обліку складається з великої кількості процесів та процедур, які в процесі діяльності підприємства можуть змінюватися в залежності від цілей управління. Головним принципом управлінського обліку є те, що отримана інформація повинна бути корисною для прийняття рішення.

Методи управлінського обліку, якими може користуватися підприємство, включають в себе:

- елементи методики бухгалтерського обліку (зокрема, застосування рахунків і подвійні записи; інвентаризація та документація; оцінка і калькулювання);

- елементи методики фінансової діагностики підприємства (управлінський облік для моніторингу фінансових показників, експрес-діагностики, комплексної фінансової діагностики);

- елементи методики фінансового аналізу (облік динаміки і структури фінансової звітності, фінансових коефіцієнтів).

- елементи методики оцінки беззбитковості діяльності підприємства (управлінський облік доходів, витрат та прибутків);

- застосування економіко-математичних методів [3].

Основна перевага управлінського обліку полягає в тому, що використовуючи зовнішню та внутрішню інформацію, він забезпечує потреби не тільки виробництва, а й маркетингу, управління ресурсами та інших напрямів бізнесу. Управлінський облік здійснює аналіз діяльності з урахуванням як поточних, так і довгострокових цілей, інформаційно забезпечує розробку управлінських рішень.

Отже, за рахунок відсутності нормативних вимог щодо управлінського обліку, його ведення покладається на розсуд підприємств. Вважаємо, що особливого значення нині набуває використання діджитал-технологій обробки фінансової та нефінансової інформації, а також побудови систем управління витратами на засадах бюджетування.

Управлінський облік був, є і буде невід'ємною частиною успішного розвитку компаній, тому перспективи подальших досліджень пов'язані саме з удосконаленням технік та технологій управлінського обліку в умовах діджиталізації.

Інформаційні джерела:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від № 996-XIV від 16.07.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 06.10.2021).

2. Огійчук М.Ф., Сколотій Л.О., Беленкова М.І. та ін. Фінансовий та управлінський облік за міжнародними стандартами: підр. / За ред. проф. М.Ф. Огійчука. 7-ме вид., перероб. і допов. Київ: Алерта, 2016. 1040 с.

3. Адаменко М.В. Актуальність та напрями впровадження управлінського обліку для малих підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4092> (дата звернення: 06.10.2021).

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Літвінова Ю.І., асп.

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.О. Нестеренко**
Державний біотехнологічний університет

Управлінський персонал та керівники торговельних підприємств завжди зацікавлені у фінансовій безпеці і стабільності процесу товароруку, що на пряму залежить від генерації грошових потоків. Для забезпечення стабільного зростання обсягів товарообмінних операцій та досягнення сталого розвитку в бізнесі, фінансовій службі торговельного підприємства доцільно оптимально організувати управління грошовими потоками. Для цього необхідно класифікувати грошові потоки на види за певними групами.

Як цілком слушно зазначає В.М. Вареник, у процесі класифікації грошових потоків необхідно враховувати їх загальну мету, під якою автор розуміє забезпечення необхідною інформацією про стан руху грошових коштів в економіці, інакше кажучи, користувачів [1]. Визначена мета класифікації грошових потоків є актуальною для макрорівня, на рівні ж торговельного підприємства метою класифікації є забезпечення управлінського персоналу необхідною інформацією про стан руху грошових коштів для повного та достовірного їх обліку та аналізу, оптимізації, планування у розрізі різних їх видів та забезпечення ефективного контролю за фінансовою дисципліною торговельного підприємства (ТП).

В наукових дослідженнях не сформовано єдиного підходу до формування класифікаційних ознак грошових потоків, за якими здійснюється їх розподіл. В той же час, правильно організована класифікація грошових потоків на торговельному підприємстві здатна налагодити ефективну систему управління фінансовими ресурсами, забезпечить використання сучасних методів розподілу коштів для оптимізації не лише основної торговельної діяльності підприємства, але і забезпечити вигідне вкладення інвестицій в разі наявності надлишкових фінансових ресурсів, створити умови для економічного благополуччя і процвітання, досягти поставлених цілей і отримати високу результативність торговельно-технологічних операцій.

Аналіз літературних джерел та дослідження практичної діяльності торговельних підприємств, дозволила виокремити основні класифікаційні ознаки грошових потоків, які є найбільш вагомими для управління грошовими потоками саме в торгівлі (рис. 1).



Рисунок 1 – Класифікація грошових потоків торговельного підприємства

Інформаційні джерела:

1. Вареник В. М. Класифікація грошових потоків в економіці України. Академічний огляд. 2013. № 2. С. 52-57.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Мухіна М.М., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Н.Б. Кашена**

Державний біотехнологічний університет

Цифровізація є природним продовженням тенденції поширення цифрових технологій і різкого збільшення їх впливу на всі сторони життя суспільства. Вона сприяє формуванню цифрової екосистеми підприємства, яка забезпечує пошук і використання нових цифрових технологій для його безпечного функціонування та зростання ринкової вартості. Ключовими компонентами цифровізації є безперервність процесу, інновації та прогресивні технології, підвищення продуктивності і конкурентоспроможності, нові формати бізнес-моделей підприємства, які базуються на запитах і очікуваннях клієнтів.

Формування ефективної цифрової екосистеми управління підприємством потребує ідентифікації та переосмислення форм, напрямів, методів, технологій та інструментів діджиталу, інноваційної політики та відповідної корпоративної культури, високий рівень якої є необхідним для надійної комунікації між всіма ланками управління з метою швидкого впровадження змін та оновлення існуючої або формування нової бізнес-моделі. Модернізацію системи управління підприємством та переведення її у «цифру» доцільно здійснювати поетапно:

- 1-й етап – побудова системи комунікацій з клієнтами (розуміння, аналітика, відстеження клієнтського досвіду);

- 2-й етап – формування сучасної корпоративної культури (впровадження нових технологій, процесів та навичок);

- 3-й етап – оптимізація бізнес-процесів та формування ефективної операційної моделі (впровадження нових систем, перебудова інфраструктури, модернізація бізнес-додатків і процесів);

- 4-й етап – оновлення існуючої або формування нової бізнес-моделі (створення нового продукту; перебудова логістики; зміна підходів до власного позиціонування тощо)

Найбільш ефективною технологією цифрової трансформації управління підприємством згідно [1-3] є прикладний штучний інтелект, що базується на інструментах великих даних, і дозволяє здійснювати візуалізацію, наскрізне планування, моделювання та корегування менеджменту бізнес-процесів в режимі реального часу. Крім цього, ця технологія, інтегруючись з аналітичними додатками та

сервісами для роботи з інтелектуальними пристроями, гібридними мережами та іншими компонентами цифрового світу, дозволяє оптимізувати інфраструктуру управління бізнес-процесами та надає можливість формувати цифрові платформи для накопичення інформації, її обробки та передачі для прийняття рішень.

Для підвищення ефективності управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі розроблено відповідну прикладну модель цифрової трансформації (рис. 1), яка дозволяє забезпечити комплексне вирішення завдань цифровізації управлінського процесу з урахуванням змін бізнес-середовища і потреб стейкхолдерів.



Рисунок 1 – Прикладна модель цифровізації управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі

Інструментальну основу прикладної моделі цифровізації управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі складають вільно поширюваний інформаційний контент (соціальні мережі, ресурси Інтернет, інформація ринків тощо), власні бази даних (зокрема, клієнтська база), відкрите програмне забезпечення інформаційної системи управління бізнес-процесами яка реалізує технологію інтеграції даних та цифрових додатків.

Викладене доводить, що безперервна модернізація існуючих і створення нових цифрових та інформаційних технологій обумовлює

зміну форматів бізнес-моделей торговельних підприємств та підходів до управління їх фінансовою безпекою. Цифровізація управління фінансовою безпекою торговельних підприємств потребує чіткої цільової орієнтації, формалізації у стратегії та плані дій й реалізації командою фахівців, що володіють необхідними компетенціями та навичками. Тому подальші наукові пошуки орієнтовано на вирішення зазначених питань.

Інформаційні джерела:

1. Krutova A., Kashchena N., Chmil H. Enterprises' economic activity stimulation as a driver of national economy sustainable development. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 1 (31). С. 162–173.

2. Davydova O., Kashchena N., Stavarska T., Chmil H. Sustainable development of enterprises with digitalization of the economic management. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29. No. 8s. Pp. 2370–2378.

3. Davydova O., Kashchena N., Stavarska T., Chmil H. Digitalization of economic activity management and sustainable enterprise's development. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*. 2019. Vol. 8. Issue 3C. Pp. 195–200. <https://doi.org/10.35940/ijrte.c1033.1183c19>

ПЕРЕВАГИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Романашенко І.О., магістрантка II курсу
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Т.Г. Маренич**
Державний біотехнологічний університет

Одним із чинників від якого залежить результати діяльності підприємства є раціональна організація документообігу. Адже для прийняття управлінських рішень потрібна якісна інформація, яка залежить від швидкості руху, обробки та передачі первинних документів.

За умов комп'ютеризації управління і з переходом до зберігання інформації на електронних носіях, документообіг розуміють як створення інформаційної бази документів на різноманітних носіях для використання управлінським апаратом у процесі реалізації його функцій [1].

Відповідно до ст. 9 Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» «електронний документообіг – сукупність процесів створення, оброблення, відправлення,

передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, які виконуються із застосуванням перевірки цілісності та в разі необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів» [2].

За допомогою електронного документообігу (далі ЕД) на підприємстві створюють єдиний інформаційний простір, включаючи в інформаційний вузол усі документальні системи. Таким чином, всі документи зберігаються в єдиному сховищі, що значно полегшує пошук і відбір інформації для звітування. Однак, не треба забувати про архівні документи, які також мають вплив при підготовці нових матеріалів.

Електронний документообіг має безліч переваг перед паперовим. Як свідчить міжнародна практика, автоматизація документообігу сприяє: 1) підвищенню виконавської дисципліни (покращення контролю за виконанням документів за рахунок повідомлень та нагадувань про наближення строку виконання доручення); 2) зменшенню часу на обробку і реєстрацію документа; 3) швидкому пошуку документів та доручень; 4) спрощенню аналізу ефективності діяльності як окремих працівників, так і підприємства в цілому.

Для заміни паперового документообігу електронним на підприємстві необхідно затвердити Інструкцію з діловодства, в якій прописують такий порядок організації документообігу, а також факт переходу на електронний документообіг обов'язково зазначається в Наказі про облікову політику [3, с. 372].

Погоджуємося з думкою Безверхого К. В., що на ефективність впровадження ЕД суттєво впливають наявні проблеми, пов'язані з організацією в установі паперового документообігу (несвоєчасна доставка обліково-звітної інформації; непрогнозованість маршрутів руху документів; незакріпленість документів за відповідальними працівниками; неможливість прийняття рішень без залучення додаткової обліково-звітної інформації) [4].

Отже, електронний документообіг – це підхід, який підвищує ефективність роботи компаній, підприємств та організацій, який уособлює в собі такі процеси, як: створення, обробка, відправка, передача, прийом, зберігання, використання та знищення електронних документів. Але, нажаль, деякі нормативні питання стосовно ЕД залишаються невирішеними. Саме через це досі не повністю вивчено поняття та функції електронного документообігу як системи.

Інформаційні джерела:

1. Матвієнко О., Цивін М. Основи організації електронного документообігу: Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2008. 112 с.

2. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 р. №851-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15> (дата звернення 13.10.2021).

3. Яромліцька О. В. Система електронного документообігу в обліку. *Розвиток бухгалтерського обліку та оподаткування в Україні: теорія, практика та професійна етика*. [Електронний ресурс] : збірник тез Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, (м. Ірпінь, 5-6 листопада 2020 року). Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. С. 372-374. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6395/1/6567_IR.pdf (дата звернення 13.10.2021).

4. Безверхий К. В. Електронний документообіг на підприємстві як запорука успіху ведення бізнесу. *Нові інформаційні технології в освіті. Технології «1» у підготовці ефективних та необхідних для національної економіки кадрів*: матеріали Шостої всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. Київ. 2013. С. 17-20.

АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ КОНФІГУРАЦІЇ BUSINESS AUTOMATION SOFTWARE (BAS)

Свінцева Д.Ю., Свінцева К.Ю., гр. ОА4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.В. Горковенко**

Державний біотехнологічний університет

Розвиток інформаційних технологій в нашій країні впливає безпосереднім чином на економічні аспекти життєдіяльності суспільства і в тому числі на всю систему бухгалтерського обліку. Головним напрямком удосконалення бухгалтерського обліку є його автоматизація, яка вимагає побудови на підприємстві автоматизованої системи.

Дослідження вітчизняних і зарубіжних фахівців у галузі автоматизації бухгалтерського обліку проводяться вже досить давно і знайшли своє втілення у наукових працях С.В. Івахненкова, К.Е. Калласа, М.Ф. Кропивка, М.І. Козака, В.І. Похіленка, Е.П. Романової [1, с. 112].

Для введення автоматизованої форми обліку спочатку важливо визначити як працює підприємство, яка його організація, управлінська структура і що являють собою основні бізнес-процеси на підприємстві. Після з'ясування цих питань здійснюється вибір однієї з програм комплексної автоматизації бухгалтерського обліку.

На сучасному ринку програмних продуктів для будь-якого виду бізнесу пропонується велика кількість конфігурацій автоматизації обліку фінансово-господарської діяльності. Одна з них Business

automation software (BAS) - це програмні рішення для створення комплексних систем автоматизації бізнесу і полегшення роботи бухгалтера, що дозволяє вести облік, реєструвати податкові накладні та складати звіти в одній системі.

Впровадження і супровід програмного забезпечення BAS виконують члени Всеукраїнської Спілки Автоматизаторів Бізнесу. Всі продукти, які були розроблені ними розподіляються на групи, які мають відповідні рішення для автоматизації широкого спектру задач, пов'язаних з обліком, плануванням і контролем ефективності підприємств різних видів діяльності:

- рішення для корпоративного ринку (рішення для холдингів та великого бізнесу);
- рішення для масового ринку (рішення для малого та середнього бізнесу);
- галузеві рішення (галузеві та спеціалізовані рішення).

Разом із цим розробники пропонують налагодження своїх систем у відповідності зі специфічними вимогами замовників.

Програмне забезпечення BAS призначене для управління будь-яким видом бізнесу, як малим так і великим. Воно створює централізовані бази даних, що дозволяє координувати роботу компаній, що працюють в різних сферах діяльності. Високий рівень автоматизації дозволяє виконувати складну роботу простіше і швидше. Програма BAS дає широкі можливості для обробки інформації:

- розстановка пріоритетів в задачах, параметрах;
- варіативність рішення, порівняння задач і параметрів;
- детальне дослідження мети, детальне опрацювання первісних даних;
- глибока аналітика економічної вигоди від робочих процесів;
- широке відображення процесів графічно і в текстовому форматі [2].

Цей добре продуманий процес значно спрощує процес отримання інформації.

Програмне забезпечення автоматизації бізнесу автоматично здійснює бухгалтерські розрахунки, включаючи податкові розрахунки та складання звітів, на основі існуючих податкових процедур в Україні. Рахунки, аналіз та контроль здійснюються відповідно до законодавства України, але можна формувати довільні субрахунки та файли конфігурації.

Переваги застосування BAS:

- підходить для будь-якої сфери діяльності;
- організація роботи здійснюється в єдиному інформаційному полі;

- має вбудовану можливість включати і виключати функціональні опції програми без втручання в її конфігурацію;
- дозволяє налаштувати інтерфейс індивідуально для кожного користувача, з огляду на його посаду і персональні дані;
- володіє широким спектром функцій;
- характеризується високою надійністю і продуктивністю.

Отже, вибір автоматизованої форми бухгалтерського обліку для підприємства зводиться до вибору зручної комп'ютерної програми, такої як BAS, що відповідає завданням обліку, оподаткування та звітності і може бути використана для ведення практично будь-яких розділів бухгалтерського обліку на підприємстві. Сучасному підприємцю автоматизація бізнес-процесів за допомогою програмних рішень Business automation software дає багато можливостей підвищення ефективності роботи підприємства.

Інформаційні джерела:

1. Ткаченко Н.М., Квачан В.В. Автоматизація бухгалтерського та податкового обліку. *Облік і фінанси АПК: освітній портал*. 2006. Вип. 4. С. 112-116.

2. Програмне забезпечення BAS для комплексного управління підприємством. *Нетсофт: облікове програмне забезпечення*. URL: <https://www.netsoft.com.ua/> (дата звернення: 15.10.2021).

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ТА КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Царевський М.В., гр. ФБСС 4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Ю. Скоромна**

Державний біотехнологічний університет

Однією із ключових проблем будь-якого підприємства є управління фінансовими ресурсами, що пов'язане з оптимальним співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості на підприємствах, обсягами кредиторської та дебіторської заборгованості, термінами їх виплати, впливом цієї заборгованості на фінансове забезпечення підприємств та їхні фінансові результати

Розвиток ринкових відносин підвищує відповідальність і самостійність підприємств у виробленні й ухваленні управлінських рішень для забезпечення ефективності розрахунків із дебіторами і кредиторами. Збільшення або зниження дебіторської і кредиторської заборгованості приводить до зміни фінансового становища

підприємства. На підставі цього необхідно проводити моніторинг і аналіз стану розрахунків.

Належний аналіз змін обороту запасів та рахунків дозволяє запасам зменшити потребу в оборотних коштах шляхом покращення запасів або зменшення їх відносно зростання виробництва, прискорення рахунків або, навпаки, збільшення обороту в несприятливих умовах на підприємстві. .

Більшість науковців поділяють фактори формування дебіторської та кредиторської заборгованості як внутрішні, так і зовнішні.

Вони об'єднують три групи зовнішніх факторів: ефективність монетарної політики Центрального банку, кредитну політику банків та інших фінансових установ та рівень конкурентоспроможності сектора.

Внутрішні фактори також об'єднують три групи: кредитну політику компанії, стратегію та план розвитку компанії та професію фінансового менеджера.

З точки зору розробки ефективних методів управління боргом, недостатньо поділити фактори, що впливають на дебіторську та кредиторську заборгованість, на дві групи (зовнішні та внутрішні). Доцільно розрізняти набір зовнішніх факторів, чинників, які можуть впливати на керівників підприємств, та факторів, на які менеджери не впливають, а лише пристосовуються до їх дій. Таким чином, зовнішні чинники, що впливають на борг компанії, можна об'єднати у дві групи: макроекономічні чинники та мікроекономічні. Вивчаючи фактори, що впливають на дебіторську та кредиторську заборгованість, необхідно враховувати, що саме є об'єктом їх впливу. Серед вчених немає єдиної думки щодо впливу кредиторських та дебіторських боргових факторів. Аналіз показує, що одні автори вивчають фактори, що впливають на формування дебіторської та кредиторської заборгованості, інші – на їх розмір, структуру, рівень тощо.

Основним чинником погашення позик та позик є умови господарсько-правових відносин суб'єктів позики – умови договору (щодо позик на товари, роботи, послуги, аванси тощо) або законодавчі та нормативні акти (для податкових позик, соціальних акцій тощо).

Щоб мінімізувати негативний вплив на фінансовий стан та активи компанії, суму кредиту слід дозволити на певному (оптимальному) рівні.

Одним із показників оптимального загального стану підприємства є той факт, що дебіторський борг не перевищує суму кредиторського.

Залежно від обставин позики вони поділяються на прийнятні та невикордані. Платежі постачальникам дозволяються за прийняті

платіжні запити, а платежі з позабалансового балансу, страхові та інші поточні платіжні зобов'язання не підлягають балансу. Невиправданий борг включає всі види простроченої позики.

Отже, від якості управління дебіторською та кредиторською заборгованістю на підприємстві залежить його фінансовий стан та результати діяльності. Тому аналізу цієї складової комерційних активів слід приділити серйозну увагу. Багато проблем, пов'язаних з дебіторським та кредиторським управлінням, погіршують результати діяльності компанії, знижують її ліквідність та впливають на прибутковість, та оборотність, що є негативним фактором, особливо для компаній, які працюють не лише на місцевому ринку.

Інформаційні джерела:

1. Хохлов М.П., Корнієнко О.С. Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства. Економіка та суспільство. 2014. № 10. С. 36–41. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/70.pdf (дата звернення: 19.03.2019).

2. Дячук О.В., Новодворська В.В. Місце кредиторської заборгованості в системі управління підприємством // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. –2013. – Вип. – Т. 10. – №. 3. – С. 243–251.

ПРИНЦИПИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Шавша Ю.О., гр. ФЗ-20 маг
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.О. Нестеренко**
Державний біотехнологічний університет

В умовах ринкової трансформації економіки, карантинних обмежень, обумовлених COVID-19, найбільш обмеженими ресурсами у фінансово-господарській діяльності підприємства є грошові потоки. В таких умовах успіх діяльності будь-якого підприємства визначається спроможністю управлінського персоналу мобілізувати наявні кошти та ефективно їх використовувати. Зокрема, достатність грошових надходжень на підприємстві дозволяє задовольняти попит на продукцію, розширяти асортимент продукції та підвищувати її якість, вчасно розраховуватись із зобов'язаннями тощо. Тобто, якщо на підприємстві достатньо грошових коштів, то це є запорукою ефективної діяльності підприємства, його прибутковості, що напрямку

залежить від системи управління грошовими потоками на підприємстві.

Дослідження практичної діяльності вітчизняних підприємств показало, що зазвичай існуючий механізм фінансового управління не виконує в достатній мірі покладених на нього завдань оцінки результативності руху грошових потоків і подолання конфлікту інформаційної асиметрії користувачів фінансової інформації. У зв'язку з цим виникає потреба в постійному моніторингу системи управління грошовими потоками та детальному вивченні її складових.

Ефективна система управління грошовими потоками охоплює такі елементи: облік грошових коштів, фінансовий аналіз, планування надходжень та видатків, прогнозування стратегії використання грошових коштів, прийняття управлінського рішення з метою оптимізації потоку, контроль за раціональністю використання грошових коштів [1, с. 139].

Щоб всі ці елементи ефективно працювали, при побудові системи управління грошовими потоками необхідно дотримуватися основних принципів, до яких доцільно віднести: достовірність відображення фінансової інформації; комплексність управління; своєчасність; оперативність; маневреність; забезпечення ефективності; забезпечення ліквідності.

Принцип достовірності відображення фінансової інформації полягає в тому, що інформація про рух грошових коштів має наводитися в фінансовій і управлінській звітності відповідно до його реального стану. Тобто, не допускається навмисне перекручення інформації, що може негативно вплинути на управлінські рішення, які приймаються на базі показників звітності.

Комплексність управління передбачає при прийнятті управлінських рішень враховувати грошові потоки від усіх видів діяльності: операційної, фінансової, інвестиційної. При цьому, як цілком слушно зазначає О. І. Степаненко, основою розрахунку грошового потоку є саме операційний грошовий потік, який показує здатність господарюючого суб'єкта: погашати фінансову заборгованість; виплачувати дивіденди; фінансувати інвестиції за рахунок внутрішніх фінансових джерел [2].

Принцип своєчасності полягає в постійному контролі наявності, руху, потреби в грошових коштах за всіма видами діяльності. Дотримання цього принципу передбачає при прийнятті управлінських рішень визначати ті напрями господарської діяльності, які в даний проміжок часу якнайперші вимагають грошових надходжень. Принцип оперативності є похідним від принципу своєчасності, і передбачає

постійне прогнозування грошових надходжень та видатків, щоб вчасно мати змогу фінансувати господарську діяльність.

Ефективність будь-якої господарської діяльності залежить від своєчасності розрахунків, скорочення потреби в позикових коштах, що забезпечується при формуванні системи управління грошовими потоками дотриманням принципу маневреності.

Реалізація принципу забезпечення ефективності полягає в дотриманні раціональності використання грошових потоків шляхом досягнення їх вищої прибутковості через формування портфеля фінансових інвестицій підприємства, збільшенні обсягу розширеного відтворення операційних необоротних активів, прискоренні періоду розробки реальних інвестиційних проектів і початку їх реалізації тощо. Забезпечення ліквідності передбачає підтримку вхідних і вихідних грошових потоків, поточної платоспроможності, скорочення потреби у грошових коштах.

Інформаційні джерела:

1. Лігоненко Л.О., Ситник Г.В. Управління грошовими потоками: Навч. посіб. К.: Нац. торг.-ек. ун-т, 2005. 255 с.

2. Степаненко О.І. Принципи управління грошовими потоками підприємства: стратегічний аспект. Методи та форми управління соціально-економічним розвитком держави : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 23 серп. 2019 р.) / Наук. екон. орг. «Перспектива». Дніпро, 2019. С. 116–119.

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Шай К.Л., ФБССмаг 2-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Горох**
Державний біотехнологічний університет

Одним із найважливіших елементів потенціалу підприємства для успішного його функціонування є оборотні активи, так як саме вони беруть безпосередню участь у створенні продукції та її реалізації. Саме оборотні активи є індикатором роботи усього підприємства і ефективності його потенціалу. Наявність активів понад норму свідчить про не збалансованість майна. При умові, якщо оборотних активів недостатньо, це призводить до невиконання підприємством своїх зобов'язань в повному обсязі. Незалежно від галузі, підприємства повинні правильно побудувати і ефективно впровадити політику управління ними [3].

Управління притаманне всім видам діяльності. Завдання з приводу підвищення рівня ефективності функціонування підприємства є одним із провідних завдань управлінської діяльності. Без сумніву, що оборотні активи як функціонал всього майна, вносять найбільший внесок у формування економічного результату. У деяких випадках цей вплив може бути вирішальний, як для результатів поточного фінансування підприємства, так і для фінансування в майбутньому. Тож, управління оборотними активами полягає в їх впливі на обсяг і структуру підприємства, а також джерела формування, кінцева мета якого – прибуток.

Систему управління оборотними активами можна визначити як систему цілеспрямованих на узгоджених взаємозв'язках між суб'єктом та об'єктом управління шляхом реалізації функцій управління із використанням сформованих методів, засобів, механізмів і фінансово-економічних інструментів аналізу, дослідження, перетворення, пов'язаних між собою процесів розподілу, формування, використання, контролю оборотних активів і джерел їх фінансування за обсягом, структурою та складом за умови врахування внутрішніх та зовнішніх загроз та з метою підвищення рівня фінансової стійкості [2].

Об'єктом управління виступають товарні запаси в процесі формування, зберігання та реалізації, кредити, дебіторська заборгованість, грошові залишки, а також економічні відносини, що виникають у процесі кругообігу оборотного капіталу. Перехід до ринкової економіки пов'язаний із суттєвими змінами в сфері управління оборотними активами підприємства. Об'єктом управління поряд із товарно-матеріальними цінностями стає і найбільш ліквідна частина оборотних активів – грошові кошти та короткострокові фінансові вкладення. [1]. Суб'єктами управління оборотних активів є загальні збори засновників, правління, фінансові і комерційні підрозділи, а також персонал суб'єктів підприємництва, що використовують специфічні методи цілеспрямованого впливу на оборотні активи. Разом з тим їм притаманні єдині способи управління, характерні для управлінської діяльності в цілому, що виражають через функції управління та їх реалізацію [1].

Основними функціями управління є мотивація, контроль, формування та планування. Тож дані функції будуть притаманні управлінню оборотними активами. Планування оборотних активів передбачає розгляд динаміки загального обсягу оборотних активів підприємства; темпів зміни їх середньої суми в зіставленні з темпами зміни обсягу реалізації продукції і середньої суми всіх активів; динаміки питомої ваги оборотних активів у загальній сумі активів

підприємства, динаміки складу в розрізі основних їх видів: запасів сировини, матеріалів і напівфабрикатів; запасів готової продукції; дебіторської заборгованості; залишків грошових активів.

У вітчизняній та закордонній літературі використовуються такі методи управління оборотними активами: метод ABC, метод нормування, оптимізації та метод коефіцієнтів [3].

Управління оборотними активами в першу чергу має передбачати визначення оптимальної величини, розробку варіантів фінансування та забезпечення ефективності їх використання. Оптимальна величина оборотних активів повинна з однієї сторони забезпечувати безперебійне ефективне функціонування підприємства, з іншої – мінімізувати наявність недіючих поточних активів.

Інформаційні джерела:

1. Голдун І.С. Управління оборотними активами підприємств / І.С. Голдун - Режим доступу:<http://www.ukr.vipreshebnik.ru/fin-meb/4530-upravlinnya-oborotnimi-aktivami-pidpriemstv.html>

2. Швець Ю. О. Управління оборотними активами підприємств / Ю. О. Швець, А. В. Скворцова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 13. - С. 127-130.

3. Шматковська Т. Деякі аспекти проблематики управління оборотними активами на підприємстві / Т. Шматковська, Л. Демедюк, О. Ворона // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2016. № 3. - С. 174-184

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Якуніна А.А., гр. ФНмаг2-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Горюх**
Державний біотехнологічний університет

Ефективність діяльності будь-якого підприємства, націленого на забезпечення високих темпів свого розвитку, а також на підвищення конкурентоспроможності, багато в чому залежить від особливостей формування структури його капіталу. Під структурою капіталу підприємства зазвичай розуміють співвідношення його власного і позикового капіталу, що залучається для фінансування операційної діяльності. А оптимальна структура – це таке співвідношення її елементів, яке забезпечує або необхідний приріст рентабельності

діяльності при заданому рівні фінансової стійкості, або підвищення фінансової стійкості при заданому рівні рентабельності.

Виходячи з вище сказаного, можна зробити висновок про те, що однозначного розуміння оптимальної структури капіталу стосовно для всіх господарюючих суб'єктів не існує. Тобто, для кожної організації повинна бути знайдена притаманна тільки їй структура, яка оптимізувала б результати фінансово-господарської діяльності і була призначена для реалізації двох з можливих цілей розвитку: або збільшення прибутковості, або орієнтація на збереження стабільності.

Оптимальна структура капіталу буде залежати від обраної політики фінансування активів, яка включає:

а) консервативний підхід до фінансування активів – припускає, що за рахунок власного й довгострокового позичкового капіталу мають фінансуватися необоротні активи, постійна частина оборотних активів і половина змінної частини оборотних активів. Друга половина змінної частини оборотних активів має фінансуватися за рахунок короткострокового позичкового капіталу. Така модель фінансування активів забезпечує високий рівень фінансової стабільності компанії у процесі його розвитку;

б) помірний (або компромісний) підхід до фінансування активів припускає, що за рахунок власного і довгострокового позичкового капіталу мають фінансуватися необоротні активи й постійна частина оборотних активів, у той час як за рахунок короткострокового позичкового капіталу – весь обсяг змінної частини оборотних активів. Така модель фінансування активів забезпечує прийнятний рівень фінансової стабільності компанії;

в) агресивний підхід до фінансування активів припускає, що за рахунок власного й довгострокового позичкового капіталу мають фінансуватися тільки необоротні активи, тоді як всі оборотні активи мають фінансуватися за рахунок короткострокового позичкового капіталу (за принципом: поточні активи мають відповідати поточним зобов'язанням). Така модель фінансування активів створює серйозні проблеми в забезпеченні платоспроможності й фінансової стабільності компанії, хоча дає змогу здійснювати операційну діяльність із мінімальною потребою у власному капіталі [1].

Залежно від ставлення до фінансових ризиків власники або менеджери підприємства обирають один із розглянутих варіантів фінансування активів.

Завданням успішного розвитку підприємств виступає якісне управління їх капіталом. При цьому обґрунтування його оптимальної величини відповідно до обсягу, структури і змісту виробничої

діяльності, вибір раціонального способу його нарощування, урахування вартості і ризиків забезпечує стійкий розвиток підприємства. Ефективність управління капіталом значною мірою залежить від вибору методів та методичних підходів до оптимізації та формуванні структури капіталу. Даний метод можна диференціювати в залежності від підходу до оптимізації на наступні групи: нормативно-коефіцієнтні, однокритеріальні, багатокритеріальні. В плані практичного впровадження та отримання достовірних даних для регулювання структури капіталу найбільш придатними є нормативно-коефіцієнтні методи та багатокритеріальні методи, які ґрунтуються на розрахунку комплексного інтегрального показника [2].

Оптимізація структури капіталу – це важливий етап стратегічного аналізу капіталу, який полягає у визначенні такого співвідношення між вартістю власного капіталу підприємства та вартістю коштів, залучених на основі повернення їх у майбутньому, за якого досягається максимальна ефективність діяльності компанії. Оптиміальне співвідношення між власним і позичковим капіталом визначається для кожного підприємства індивідуально в залежності від його особливостей.

Інформаційні джерела:

1. Костирко Л.А. Фінансовий механізм сталого розвитку підприємств: стратегічні орієнтири, системи забезпечення, адаптація: монографія / Л.А. Костирко. Луганськ: Видавництво "Ноулідж", 2012. 474 с.
2. Семенов Г.А. Оптимізація структури капіталу підприємства / Г.А. Семенов, А.В. Пелешко // Держава та регіони. 2010. с. 164–169.

Секція 4
ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ЗБАЛАНСОВАНОГО
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ



**APPROACHES TO EVALUATION OF THE FINANCIAL
POTENTIAL OF THE ENTERPRISE**

Nakisko V.O., gr. FN18- 6b
Supervisor – Ph.D., Associate Professor **O.G.Maliy**
State Biotechnological University

Financial potential – is a key parameter that determines the success of the enterprise in modern business conditions. The higher its level, the more competitive and investment-attractive the company is. Therefore, in modern conditions of enterprise development, the issue of methodological support for assessing the financial potential and determining the level and quality of its use is relevant.

Financial potential, as noted by most researchers, is a complex category, which is defined as a set of financial opportunities for enterprise development, due to the availability of sufficient financial resources and an effective financial management system that aimed at achieving a strategic financial position in the external environment [1,2,3].

Ukrainian economists propose to base the assessment of the existing financial potential of the enterprise on the analysis of indicators of business activity, profitability, liquidity and solvency, financial stability, property status, etc. Which will allow to obtain complex description of the enterprise and will be the basis for developing a strategy for managing the financial potential of the entity [2,3].

State enterprise Kharkiv Machinery Plant "FED" is a world-famous brand in the aerospace industry that occupies a leading position in Ukraine. Its products are unique, highly knowledge-intensive, used on all types of aircraft and helicopters manufactured in the CIS (Commonwealth of Independent States), and operated in more than 60 countries.

Assessing the state of property, sources of its formation and efficiency of use in S.E "KharkivMP" FED ", we can conclude that in the

structure of its capital during the researching period company has a high share of own funds, which are significant, but insufficient for financing. S.E "KharkivMP" FED ", like all enterprises of Ukroboronprom, feels insufficient support from the state, as well as a shortage of external sources.

Despite the recent deteriorating trend of certain indicators (profitability, independence, resource efficiency), the management of S.E "KharkivMP" FED ", manages to keep the situation at the proper level and control the state of finances. According to the borrower's rating, S.E "KharkivMP" FED ", belongs to the 2nd class – enterprises with sufficient creditworthiness.

As can be seen from the forecast calculations, the probability of bankruptcy of the enterprise SE "KharkivMP" FED", is very low. The level of solvency allows to refer the company to the middle group of "risk of loss of solvency". Despite some fluctuations in cash flows, the company tends to restore solvency and profitability.

However, the future financial difficulties of the enterprise SE "KharkivMP" FED", and the likelihood that under certain conditions the situation may get worse, indicated by the following negative factors: the use in the production process of equipment with expired service life; significant dependence on the foreign market; significant dependence on external suppliers of purchased components: electronic systems and materials (primarily Russian); shortage of external sources of financial resources; unbalanced government policy in terms of distribution of net income in the interests of reinvestment in production and new products; insufficient state financial and legal support for developers and manufacturers of aviation products; political risk associated with the enterprise as a whole and its key divisions.

Positive factors of influence are: positive perspective financial forecast - possibility of the enterprise of SE "KharkivMP" FED" to generate cash flows; product uniqueness and its high science intensity; export orientation of the enterprise; innovation activity, availability of intellectual capital; availability of state support.

in this way, the financial potential is determined not only by the current financial situation, but also by its future capabilities, as well as factors that may in certain circumstances affect the deterioration (improvement) of the situation in the enterprise.

In our opinion, it is advisable to use a combined approach to diagnosing the existing and projected financial potential of the enterprise, which, along with assessing financial indicators, their dynamics, extrapolation of their values for the future, will be supplemented by qualitative factors and indicators of change.

References:

1. Борнос В.Г. Аналіз теоретико-методологічних засад фінансового потенціалу. Вісник УАБС НБУ, 2012. № 1 (32). С. 22–26.
2. Дзюбенко О.М. Підходи до дефініції поняття «фінансовий потенціал» як об'єкту економічного аналізу. Вісник ЖДТУ, 2017. № 4 (82). С.18-24.
3. Саух І. Фінансовий потенціал підприємства як об'єкт стратегічного аналізу. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. С.132-141.

WORLD EXPERIENCE OF EFFECTIVE MONETARY POLICY

Asouilda Y., ФБСС 2-1

Research supervisor – PhD in Economics, Associate Professor **V. Mishchenko**
State Biotechnological University

Monetary policy determines the directions and possibilities of regulating the economy by monetary methods. The development of modern economic systems is largely determined by monetary policy, which is the main market regulator of economic development.

Within the monetary policy is implemented broadly range of measures using a variety of tools. From all this list it is necessary to single out the most effective to improve the parameters of financial security and group them by areas: the effectiveness of the monetary instruments used, the efficiency of the banking system, the effectiveness of monetary policy.

As for monetary policy, it is known that its main task is to control by the state (through the National Bank) the volume of supply and demand of money, thus ensuring price stability, economic growth, curbing unemployment. The world experience has developed two basic strategies of monetary policy, namely - expansive (accompanied by a easing of monetary conditions, lower interest rates, increased money supply) and restrictive (provides a disincentive policy, slowing inflation, curbing economic growth).

Thus, the expansive type of monetary policy has become widespread in North America, where the impact of direct central bank instruments is minimized. Instead, a restrictive type of policy continues to be widely used in the EU.

There is a possibility of applying a mixed approach to the implementation of effective public monetary policy by combining direct and indirect monetary instruments, but this requires the proper formation and progress of the internal securities market, which operates stably. And

this already requires sufficient confidence in the government as an issuer of securities by both domestic and foreign investors.

Note that the inflation targeting regime as a monetary policy instrument focused on price regulation was first used in New Zealand, later in Australia, Canada and some European countries. Later, such experience was spread in developing countries (Brazil, Chile, Israel, Mexico, Philippines), as well as in some CEE countries, such as the Czech Republic, Poland and Hungary [1].

Thus, the main instrument of the monetary policy of the Central Bank of Canada is to change the orientation of the overnight rate - the average market rate at which major financial institutions and large corporations make mutual loans with each other for a short period. Changes in this benchmark affect both the Canadian dollar exchange rate and other interest rates, the level of which is determined by the monetary conditions of the Canadian economy [1].

Monetary policy in Japan is developed and implemented by the Bank of Japan, whose main task is to stimulate balanced economic development by maintaining price stability. The legislation of this country stipulates that the central bank develops and conducts monetary policy as an independent institution.

The bank monopolizes banknotes, and the amount of the issue is determined by the Ministry of Finance and agreed with the government. The reserves of the Central Bank of Japan consist of gold reserves, government securities, commercial bills and foreign currency. As a financial agent of the government, this authorized institution manages state funds, is engaged in monetary and financial activities aimed at stabilizing the national currency [2].

According to foreign experience, the state can use some other, so-called, indirect approaches to the implementation of monetary policy tools. For example, in Italy the main element of support agricultural producers became a system of credit cooperation, which was created and developed through budgetary and financial support. In Denmark, the state provides financial and credit guarantees to farmers for their loans and soft loans to young farmers who have acquired their own farm [2].

Note that the importance of budget financing as an instrument of monetary policy is not significant, but increases as its volume increases, because it affects the rational use of budgetary financial resources, changing the structure of budget expenditures, increasing their productivity, but most importantly - increases the share of funds. revolves in the real sector of the economy as opposed to savings and expenditures with a much lower investment nature.

References:

1. Crystal K. A., Mizen P. D. Goodhart's Law: Its Origins, Meaning and Implications for Monetary Policy / prepared for Festschrift in honor of Charles Goodhart to be held on 15-16 November 2001 at the Bank of England. London; Nottingham, 2001. 26 p.
2. Goldstein M., Kaminsky G., Reinhart C. Assessing Financial Vulnerability: an Early Warning System for Emerging Markets. Washington, DC: Institute for International Economics, 2000. 150 p.

КАПІТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ

Андрейків Т.Я., канд. екон. наук, доц.
Львівський торговельно-економічний університет

В умовах нестабільного розвитку економіки все більш актуалізується проблема капіталізації банків як чинника зростання економіки за достатнього їх рівня капіталізації. У сучасних умовах рівень капіталізації банківського сектору будь-якої країни є важливим показником, який визначає достатність банківського капіталу в економіці. Недокапіталізація ж банків може призвести до негативних наслідків, що може обернутися зниженням темпів економічного розвитку, кредитною кризою, зниженням інвестиційного рейтингу країни, уповільненням розвитку банківського бізнесу, зниженням рейтингів надійності банків, невиконанням вимог регулятора.

У банківській діяльності капіталізація – це нарощування капіталу банків з метою досягнення певного рівня через збільшення величини власного капіталу. Тому в нормативно-законодавчих документах термін «капіталізація – це процес приєднання до наявного власного капіталу, прибутку, грошових і матеріальних коштів, отриманих від додаткового випуску акцій та інших джерел нарощення капіталу з метою досягнення встановленої державним регулятором величини». За методом аналогії доцільно визначити поняття «капіталізація банківського сектору» як нарощування капіталу банків з метою досягнення його достатності.

Проблема недостатнього рівня капіталізації супроводжує банківські установи з перших етапів розвитку вітчизняної банківської системи. У 1993 р. банки банкрутували, навіть повністю не сформувавши статутний капітал. Із 1995 р. НБУ посилив вимоги до розміру капіталу банків, а з 2000 р. увів класифікацію банків за рівнем капіталізації, поділивши банки на чотири групи.

Післякризовий період розвитку банківської системи України змінив підходи до групування банків. Ураховуючи те, що 2015 р. у цьому питанні характеризується як «перехідний», починаючи з 2016 р. відбулися суттєві зміни щодо цього. З 2016 р. Національний банк України відходить від «кількісного підходу» як базового під час розподілу банків на групи, а як ключовий підхід починає використовуватися специфіка бізнес-моделей банків.

Водночас із 1 січня 2018 р. НБУ запровадив щорічну оцінку стійкості банків. Вона складається з трьох етапів. Перший – перевірка аудиторськими фірмами, включеними до Реєстру аудиторських фірм, якості активів банку та прийнятності забезпечення за кредитними операціями. Другий – екстраполяція результатів першого етапу та оцінка достатності капіталу банку станом на дату оцінки. Третій – оцінка НБУ достатності капіталу банку за результатами стрес-тестування за базовим та несприятливим макроекономічними сценаріями на трирічному горизонті прогнозування.

Нарощування банківського капіталу в умовах зростання невизначеності ґрунтується на використанні таких принципів: – відповідності попиту на ринку; – підвищення ефективності з погляду прибутковості і ліквідності; – можливості змінюватися в разі зміни ринкової ситуації; – обліку кінцевого результату роботи банку і його філій; – використання передових технологій; – ефективної роботи менеджменту [2].

Стратегічні завдання нарощування капіталу банків реалізуються шляхом таких техніко-економічних рішень: а) адекватний розрахунок і дотримання розміру нормативу власних коштів; б) пошук додаткових ресурсів для виконання банком своїх зобов'язань перед кредиторами та вкладниками; в) залучення строкових депозитів для забезпечення ліквідності, а також депозитів до запитання для отримання банком прибутку за рахунок використання «дешевих» ресурсів.

Загалом до нарощування власного капіталу банків спонукають низка внутрішніх і зовнішніх чинників. Під їх впливом капіталізація банківського сектору є неминучою для будь-якої ринкової та трансформаційної економіки, у тому числі і для України.

Перспективи розвитку вітчизняного банківського сектору полягають у формуванні конкурентоспроможних, достатньо капіталізованих банків шляхом розширення масштабів діяльності за рахунок консолідації, централізації та інших джерел. При цьому відновлення вітчизняної економіки після кризи ще більше сприятиме посиленню конкуренції серед банків, що мотивуватиме банківські установи до нарощування капіталу.

Інформаційні джерела:

1. Андрушак С. М., Щуревич О. І. Проблеми капіталізації банківської системи України. Стратегія економічного розвитку України. 2018. № 42. С. 128-138.
2. Островська Н. С., Швець О. Ю. Капіталізація банківської системи: сучасний стан та перспективи у трансформаційних умовах розвитку економіки України. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 21. С. 145-150.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Ахмаді Саджида, гр. ФБСм-31

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.І. Мельничук**
*Хмельницький фаховий економіко-технологічний коледж
Університет економіки і підприємництва*

Сучасний розвиток фінансового ринку України вимагає від його суб'єктів чітких, злагоджених та продуманих дій, що в свою чергу, породжує значні проблеми в управлінні на рівні кожної господарської одиниці. Тому, суб'єкти господарювання, і в першу чергу – банки, зобов'язані побудувати якісну систему управління, що базуватиметься на сучасних та адаптованих до вітчизняної практики ведення бізнесу засадах. Крім того, стрімкий розвиток світового ринку грошей, капіталу вимагає від банківських установ впровадження новітніх методів, інструментів та технологій управління різними ресурсами, у тому числі і валютними, використання яких забезпечить можливість швидко реагування на зміни оточуючого середовища.

Вирішення вище зазначених проблем, на нашу думку, сприяє формування сучасного механізму управління валютними операціями банківських установ, які складають значну частину усіх операцій банків.

Оскільки механізм управління валютними операціями є лише частиною усєї системи управління банком, він повинен містити організаційну та економічну складову. Основна мета застосування такого механізму – забезпечити сприятливі організаційні та економічні умови для здійснення валютної діяльності комерційного банку. В цілому, механізм управління валютними операціями комерційного банку можна представити наступним чином (рисунок 1).

Кожен банк повинен розробляти методи та інструменти управління валютними операціями, запровадження яких давало б можливість зводити до мінімуму валютні ризики.

Механізм управління валютними операціями банку також міс-

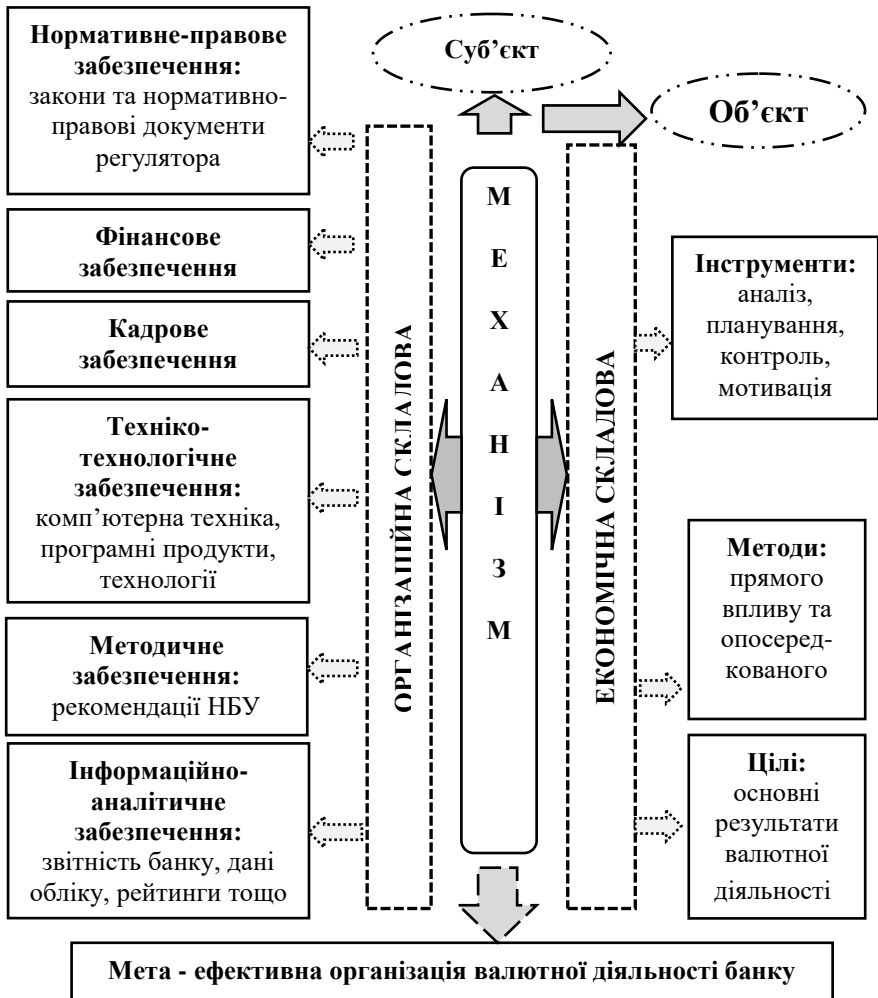


Рисунок 1 – Механізм управління валютними операціями банку

тять в собі такі елементи як:

- об'єкт – процес здійснення валютної операції;
- суб'єкт – відповідальна особа чи група осіб, уповноважена приймати управлінські рішення та нести відповідальність за ефективне здійснення валютної операції.

Таким чином, механізм управління валютними операціями

банку є складною системою, яка базується на застосуванні окремих складових та функціонування якої направлене на досягнення стратегічних завдань діяльності усієї банківської установи.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ І ПРОБЛЕМИ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВЛАСНИКІВ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Білоус К.І., 61-ФБС маг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Марценюк**
Вінницький національний аграрний університет

Автотранспортне страхування пов'язане з глибокими економічними і соціальними змінами, що відбуваються в суспільстві в зв'язку з масовою автомобілізацією, зростанням парку автомобілів і інтенсивності дорожнього руху, а також величезними матеріальними втратами в результаті дорожньо-транспортних пригод (ДТП).

Страховання в цілому і страхування цивільно-правової відповідальності, як його складова частина, є інфраструктурою, яка сприяє підвищенню ефективності всіх сфер підприємницької діяльності. Цим і визначається значимість розвитку всіх видів страхування на Україні з урахуванням процесу інтеграції України в світове співтовариство [1]. Світове суспільство, однак, винайшло універсальний засіб по відшкодуванню завданої шкоди, який є найпопулярнішим видом страхування відповідальності в усьому світі – це страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. Воно забезпечує виплату потерпілому грошового відшкодування в розмірі суми, яка була б стягнута з власника транспортного засобу за цивільним позовом на користь третьої особи за шкоду життю та здоров'ю, а також за пошкодження або загибель належного їй майна, які виникли внаслідок аварії або іншої дорожньо-транспортної пригоди (ДТП) з вини страхувальника.

Враховуючи стан і перспективи розвитку автомобілізації в нашій країні, а також зарубіжний досвід страхової справи, можна з певністю сказати, що страхування цивільно-правової відповідальності займає одне з ведучих напрямків серед інших видів страхування. Однак при його організації і проведенні виникає багато різноманітних проблем правового, соціального, економічного і організаційного характеру.

Автомобільний транспорт – доступний, зручний та досі найбільш небезпечний вид транспорту: за даними ВООЗ у світі кожного року в аваріях за участі автотранспорту гине більше 1,5 мільйони чоловік – стало число з 2007 року (табл 1). Запровадження автострахування у першу чергу, пов'язане з необхідністю компенсації шкоди, заподіяної здоров'ю, життю або майну потерпілих внаслідок дорожньо-транспортної пригоди та охорона майнових інтересів страхувальників.

Таблиця 1 – Статистика аварійності в Україні за 2014-2019рр.

Показник	2014р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Усього ДТП	186225	196410	191010	153205	164193	158776
ДТП з постраждалими: усього	31281	30699	30681	26160	25365	26782
загинуло	4908	5131	4833	4464	3970	3410
травмовано	38178	37519	37521	32352	31467	33613

Джерело: складено за даними Управління безпеки дорожнього руху [2]

Саме тому на сьогодні перед страховиками стоїть складне завдання по покращенню якості страхових послуг та зростанню їх обсягу, підвищенню рівня капіталізації та фінансової надійності страхових компаній. Виконуючи вищезазначені заходи, спрямовані на подолання кризових тенденцій, у вітчизняну економіку вдасться залучити значні інвестиційні ресурси, зміцнити ефективність державного нагляду за страховою діяльністю, створити структурні ланки для розвитку медичного, пенсійного страхування та страхування тих, хто виїжджає за кордон, авто- та агострахування, а також інших видів. Одним із суттєвим внутрішніх чинників активізації розвитку страхового ринку є саме створений ефективно діючий процес андеррайтингу окремої страхової компанії. Застосування такого підходу дозволить забезпечувати прибутковість та фінансову стійкість страхових компаній через докладний аналіз і відбір ризиків для прийняття їх на страхування.

Інформаційні джерела:

1. Марценюк-Розарьонова О.В., Марчук Ю.Ю. Розвиток ринку автострахування в Україні: проблеми та перспективи. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2018. №3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6182>

2. Офіційний сайт Патрульної поліції України. URL: <http://patrol.police.gov.ua/statystyka>

3. Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів : Закон України від від 22.09.2005 р. №2902-IV.

РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ : ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Боднар А.В., б1-ФБС маг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Марценюк**
Вінницький національний аграрний університет

В сучасних умовах господарювання страхові ринки займають ключові позиції у фінансових системах економічно розвинутих країн, зважаючи на здатність цих ринків до акумулювання значних за розмірами фінансових ресурсів та основне завдання страхування, яке полягає у перерозподілі ризиків. Враховуючи це, набуває актуальності питання забезпечення фінансової стійкості страхових компаній (ФССК) як одного з визначальних факторів безперервного виконання їх зобов'язань, що, у свою чергу, безпосередньо впливає на майнові та фінансові інтереси застрахованих осіб при настанні страхових подій.

Для сучасного етапу розвитку України, враховуючи як наявність кризових явищ, так і циклічність розвитку світової економіки, характерним є зниження обсягів продажу страхових продуктів на окремих сегментах страхового ринку. Це відображається на фінансових результатах страховиків та актуалізує питання визначення пріоритетних видів страхування, розробки тарифної політики страхової компанії, формалізації взаємозв'язків між страховим ринком та ринком перестраховання, статистичної оцінки ризиків та управління портфелем страховика як основних умов його стійкого функціонування [1].

Загальна кількість страхових компаній станом на 31.12.2019 становила 233, у тому числі СК "life"¹ – 23 компанії, СК "non-life" – 210 компаній, (станом на 31.12.2018 – 281 компанія, у тому числі СК "life" – 30 компаній, СК "nonlife" – 251 компанія). Кількість страхових компаній значно скоротилася, так за 2019 рік порівняно з 2018 роком, кількість компаній зменшилася на 48 СК, порівняно з 2017 роком зменшилася на 61 СК.

За 2019 рік частка валових страхових премій у відношенні до ВВП становила 1,3%, що на 0,1 в.п. менше в порівнянні з 2018 роком;

частка чистих страхових премій у відношенні до ВВП залишилась на рівні 2018 року та становила 1,0%.

У порівнянні з 2018 роком на 3633,7 млн грн (7,4%) збільшився обсяг надходжень валових страхових премій, обсяг чистих страхових премій збільшився на 5161,7 млн грн (15,0%) [2].

Таблиця 1 – Кількість страхових компаній в Україні у 2016-2019 рр. [3]

Кількість страхових компаній	Станом на 01.01.2017р.	Станом на 01.01.2018р	Станом на 01.01.2019р.	Станом на 01.01.2020р.
Загальна кількість	310	294	281	233
в т.ч. СК «non-Life»	271	261	251	210
в т.ч. СК «Life»	39	33	30	23

Аналіз існуючої в Україні організаційної структури страхового ринку довів, що сьогодні вона не відрізняється достатньо повнотою, бо у масштабах країни практично не помітна діяльність товариств взаємного страхування, страхових брокерів. До теперішнього часу інституційна структура страхового ринку також є неефективною, слабо враховує інтереси страхувальників, багато в чому орієнтована на підтримка екстенсивного розвитку за рахунок введення нових видів обов'язкового страхування, і практично не здібна до інтенсивного зростання за рахунок повнішого задоволення страхових інтересів суспільства і господарюючих суб'єктів шляхом розробки і упровадження нових видів і технологій добровільного страхування.

Отже, можна констатувати, що практично вже створені організаційні і правові основи для формування ринкових відносин у страхуванні та розвитку ринків окремих страхових продуктів на різних рівнях. Проте потрібне вдосконалення в напрямі більш чіткої регламентації організаційно-управлінських питань розвитку страхування та визначення фінансових результатів роботи страховиків.

Інформаційні джерела:

1. Марценюк О.В. Державне регулювання страхового ринку України із врахуванням світових тенденцій. *Italy's scientific journal «Annali d'Italia»*. Florence. Italy. 2020. №6. Ч. 2. С.43-49. URL : <http://www.itadiana.com/wp-content/uploads/2020/04/Annali-d%E2%80%99Italia-%E2%84%96-2020-part-2.pdf>

2. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне

регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <https://nfp.gov.ua/>

3. Статистика страхового ринку в Україні. Сайт інформаційного агентства «Форіншурер». URL: <https://forinsurer.com/stat>

БАНКІВСЬКИЙ КРЕДИТ У ФІНАНСОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Боженко В.С., Розсоха К.О., гр. ФН18- 66
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

Конкурентоспроможний розвиток підприємства перебуває у прямій залежності від спроможності створювати та використовувати інновації. Однак будь-яку інноваційну діяльність складно розглядати без її фінансового забезпечення.

Дослідженню інноваційних процесів приділяється постійна увага науковців та спеціалістів-практиків, однак питання забезпеченості інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств фінансовими ресурсами залишаються актуальними.

Науковці [4] визначають інновації як процес вкладання фінансових ресурсів у розробку, впровадження, поширення і використання результатів інноваційного процесу з метою підвищення ефективності суспільного виробництва та вирішення соціальних проблем.

За даними Державної служби статистики кількість промислових підприємств, які впроваджували інновації, останнім часом поступово скорочується, а їх відсоток у загальній кількості промислових підприємств складає близько 15 % [1].

У 2019 році витрати на інновації в основному здійснювались за рахунок власних коштів підприємств (87,7% загального обсягу фінансування), кошти державного бюджету склали 3,9%, кошти інвесторів-нерезидентів - 0,3%, інші джерела - 8,1% [1].

У розвинутій економіці банки є активними суб'єктами інноваційної діяльності, забезпечують не тільки її фінансування, а й зв'язок між іншими учасниками. Водночас поточна ситуація свідчить, що банківський кредит не став в Україні основним джерелом фінансування підприємницького сектора, а тим більше інновацій [2].

Так, станом на 01.09.2021 р. банківські активи становили 1900,4 млрд.грн. Розмір кредитного портфеля - 1029,3 млрд. грн [3]. Понад 80 % кредитів банки надають в поточну діяльність позичальників.

Інноваційна діяльність залишається поза увагою банків, про що свідчить мала частка довгострокових кредитів, спрямована в інвестиційну діяльність та у пріоритетні галузі економіки [1].

Основним критерієм, який визначає доступність кредитних ресурсів для позичальника, є відсоткова ставка, що склалася на ринку. Хоча ставка за довгостроковими кредитами останнім часом знизилась [3], вона залишається надто високою (14,5% та 15-17% пропонують станом на 1.10.2021р. Кредобанк та ПроКредитБанк), що фактично перекреслює можливості інвестування з банківських джерел.

Також одним з чинників низького рівня використання потенціалу банків в інноваційному секторі вітчизняної економіки є невеликий розмір капіталу більшості вітчизняних банків. Рівень капіталу всієї банківської системи України відповідає рівню капіталу одного середнього за розміром банку в Каліфорнії або одного великого банку в Центральній Європі [4]. Відтак, можливості для кредитування інвестиційної діяльності в інноваційному секторі економіки - невеликі.

Банківське кредитування у цій сфері фактично не працює, оскільки специфіка інноваційних проектів не відповідає умовам банків, серед яких: високі відсотки, велика застава, крім того кредитування інновацій пов'язано зі значними ризиками [5], через невизначеність результатів впровадження інноваційних розробок.

Таким чином банківський кредит не став в Україні вагомим джерелом фінансування інновацій. Розвитку інноваційного кредитування має сприяти законодавча підтримка з боку держави, наприклад, через систему компенсації відсоткових ставок комерційних банків та надання дотацій і бюджетних позик на розвиток пріоритетних сфер галузей економіки.

Інформаційні джерела:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Малій О.Г. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка: Економічні науки, 2018. Вип. 193. С. 247-256.
3. Національний банк України. URL: <http://www.bank.gov.ua>.
4. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку України: монографія / за ред. М. І. Диби, О. М. Юркевич. Київ: КНЕУ, 2013. 425с.
5. Фінансовий менеджмент: елект. навч. посібник / І.А.Бігдан, Л.І. Лачкова, В.М. Лачкова, О.В. Жилиякова. Х.: ХДУХТ, 2017. 197 с. URL:<https://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1864/1/Посібник%20ФМ%20елект.pdf>

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ОСНОВА ВИЗНАЧЕННЯ БЕЗЗБИТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Борисенко Д.В., Фз-21м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.О. Ставерська**

Державний біотехнологічний університет

Призначення бюджету прибутків і збитків – визначити співвідношення всіх доходів від реалізації за фактично відвантаженою споживачам продукцією або наданими послугами у плановий період з усіма видами витрат, які припускає понести в цей же період підприємство, і які пов'язані з одержанням доходів і з виділенням найбільш важливих статей витрат. За його допомогою також можна розрахувати точку беззбитковості, визначити ліміти основних видів витрат, сум перерахувань вищим органам управління.

Бюджет досліджуваного підприємства був складений з перспективою росту прибутковості та дохідності його діяльності – це те, до чого необхідно йти підприємству на даному етапі його діяльності, так як загалом планування прибутку є головним фактором розробки та виконання його фінансової стратегії на майбутнє. При плануванні прибутку необхідним етапом є визначення точки беззбитковості («порогу рентабельності»), тобто такої виручки від реалізації, при якій підприємство не має збитків, але ще не має і прибутків. При цьому витрати підприємства дорівнюють його доходам. За складеним бюджетом доходів і витрат підприємства визначимо точку беззбитковості його діяльності у цей період. Поріг беззбитковості для підприємств, що в процесі господарювання зазнали збитків, розраховується за формулою:

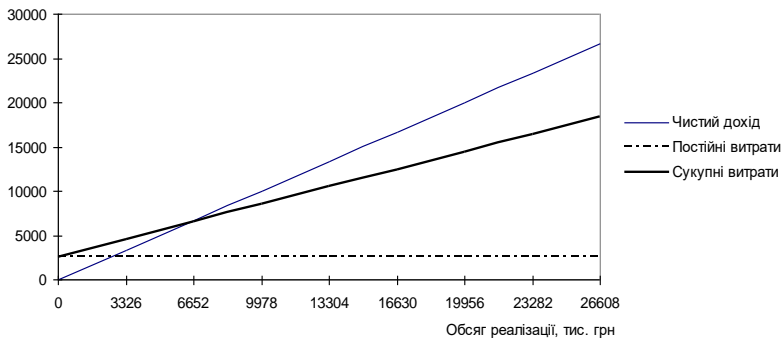
$$Тб. = \frac{ЧД \times ПВ}{ЧД - ЗМВ}$$

**Таблиця 1 – Аналіз точки беззбитковості підприємства в плановому
2021 р. в порівнянні з базовим 2020 р.**

Показники	2020	Прогноз на 2021	Відхилення, +/-
Чистий дохід, тис. грн.	18392,2	26608,44	8216,24
Операційні витрати, тис. грн.	1206,9	1327,59	120,69
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	16997	18356,76	1359,76
Адміністративні витрати, тис. грн.	325,5	332,01	6,51

Витрати на збут, тис. грн.	875,6	928,136	52,536
Постійні витрати, тис. грн.	2408	2587,736	179,736
Змінні витрати, тис. грн.	14589	15769,024	1180,024
Витрати на 1 грн. доходу:			0
– операційні	0,07	0,05	-0,02
– змінні	0,79	0,59	-0,2
– постійні	0,13	0,10	-0,03
Валова маржа, тис. грн.	3803,2	10839,416	7036,216
Коефіцієнт валової маржі	0,2	0,4	0,2
Операційна рентабельність, %	315,1	816,5	501,4
Рентабельність діяльності, %	22,4	59,0	36,6
Поріг беззбитковості, тис. грн.	11645,0	6352,3	-5292,7

Отже, у 2020 р. підприємству потрібно було здійснити господарську діяльність на суму 11645,0 тис. грн., у 2021 р. – 6352,3 тис. грн., щоб не отримати збитків. За розрахованими даними розглянемо точку беззбитковості підприємства у графіку на рис. 1. За графіком можна встановити, при якому обсязі реалізації продукції підприємство матиме прибуток, а при якому його не буде. Можна визначити також точку, в якій витрати будуть дорівнювати виручці від реалізації продукції.



Рисуюнок 1 – Точка беззбитковості підприємства на 2021 р.

У плановому 2021 р. підприємству потрібно отримати доходів на суму 6352,3 тис. грн., щоб не мати збитків. Отже, межу збитковості підприємство подолає значно швидше, ніж у базовому 2020 р., і вийде на прибуткове поле діяльності.

Таким чином, бюджетування забезпечує планування операцій підприємства, є підґрунтям для оцінки прибутковості підприємства, дає можливість передбачити майбутні проблеми і визначити найкращий шлях досягнення стратегічної мети.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ

Бучок Н.О., гр. ОП-21м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.І. Коваль**

Вінницький національний аграрний університет

Важливість власного капіталу полягає в тому, що він є основою для формування майна підприємства і запорукою його фінансової незалежності. Від того, наскільки зрозумілою, прозорою та корисною буде інформація про розмір та структуру капіталу не лише для внутрішніх, а й для зовнішніх користувачів, залежатимуть обсяги залучення інвестиційних ресурсів.

Окремі питання теорії, методики та облікових аспектів відображення власного капіталу на підприємстві подані у працях Ф.Ф. Бутинець [1], М.Т. Білуха, М.О. Белоусов [2], Я.П. Іщенко [3], Н.П. Кондраков [4], Л.В. Коваль [5], Н.Л. Правдюк[6], та інші.

Термін «капітал» походить від лат. *capitalis* – «головний». Якщо розглядати тлумачення капіталу з погляду різних економічних дисциплін, то можна помітити деяку неоднозначність. Так, наприклад, у своїй роботі «Бухгалтерський облік» Н.П. Кондраков [4] показує, що капіталом організації є його майно. У той же час, відповідно до передмови до Міжнародних бухгалтерських стандартів, опублікованих Комітетом з міжнародних бухгалтерських стандартів у листопаді 1982 р., капітал являє собою різницю між активами і пасивами. Для своїх цілей економісти відбивають поняття капіталу з двох сторін. З однієї сторони, капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів. [3; 5]

Розглядаючи економічну сутність капіталу підприємства, слід зазначити такі його характеристики як [4]: капітал підприємства є основним чинником виробництва. У системі факторів виробництва (капітал, земля, праця) капіталу належить пріоритетна роль, тому що він поєднує усі фактори в єдиний виробничий комплекс; капітал є головним джерелом формування добробуту його власників.

Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»[7], затвердженим Міністерством фінансів України 07.02.2013 р. № 73, власний капітал – це різниця між активами і зобов'язаннями

підприємства. Цей підхід часто називають залишковим принципом визначення капіталу, який при погашенні надає перевагу кредиторським зобов'язанням перед вимогами власників капіталу. Саме ця модель використовується більшістю вітчизняних вчених для визначення капіталу з позиції власності.

Загалом цей принцип відповідає Міжнародним стандартам фінансової звітності (далі МСФЗ), оскільки відповідно до документу під назвою Концептуальна основа підготовки та представлення фінансової звітності (Framework for the Preparation and Presentation of Financial Statements) [8], яка прийнята Комітетом з міжнародних стандартів фінансової звітності, власний капітал визначається як частка в активах суб'єкта господарювання, яка залишається після того, як будуть погашені всі його зобов'язання.

Узагальнюючи наведені підходи до трактування та враховуючи історичний розвиток даної категорії, слід зазначити, що гарантією ефективної господарської діяльності підприємства є наявність та правильність формування власного капіталу. Результати проведеного дослідження свідчать про проблеми, що потребують глибшого дослідження за ділянкою бухгалтерського обліку власного капіталу та формування інформації у фінансовій звітності.

Інформаційні джерела:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник; за ред. Ф.Ф. Бутинця; 8-ме вид., доп. і перероб. Житомир: Рута, 2009. – 912 с.
2. Белоусов М. О. Генезис категорії “капітал”: економічна та облікова інтерпретація. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2011. № 1 (55). С. 18-26.
3. Іщенко Я.П. Теоретичні основи формування власного капіталу підприємства. *Економічні науки: Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 15(1). С.146-149.
4. Бухгалтерский учет (финансовый и управленческий): учебник. Н.П. Кондраков. ИНФРА-М. 2018. – 584 с.
5. Коваль Л. В. Вплив облікової інформації щодо власного капіталу на прийняття управлінських рішень *Ефективна економіка*. 2017. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5632>. (дата звернення: 11.10.2021).
6. Правдюк Н.Л. Облікове забезпечення управління прибутком підприємства. *Облік і фінанси*. 2015. № 4 (70). С.53-60.
7. Національне Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 р. № 73. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 09.10.2021).
8. Framework for the Preparation and Presentation of Financial Statements. URL: https://library.croneri.co.uk/cch_uk/iast/miscframework-198907. (дата звернення: 11.10.2021).

МУНІЦИПАЛЬНИЙ ФАНДРАЙЗИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Власюк Н.І., канд. екон. наук, доц.
Львівський торговельно-економічний університет

Бюджетна реформа формує нові можливості для місцевого самоврядування, в тому числі об'єднаних територіальних громад, що стосуються проблем економічного розвитку територій, забезпечення соціальних стандартів мешканців, покращення інфраструктури тощо. Нові можливості вимагають наявності значних фінансових ресурсів. Власних надходжень від податків і зборів не вистачає для вирішення проблем, що постійно виникають. Тому в умовах децентралізації бюджетної системи органам місцевого самоврядування необхідно активно проводити роботу з пошуку шляхів залучення альтернативних коштів з метою вирішення різноманітних завдань. У цьому аспекті доволі актуальною є фандрайзингова діяльність, адже вона безпосередньо зорієнтована на пошук джерел забезпечення саме неприбуткових програм і проєктів, за допомогою яких вирішуються важливі соціально-економічні проблеми територій.

В Україні муніципальний фандрайзинг поки не є поширеним, на відміну від розвинених країн. Це обумовлено, першочергово, наявністю проблем, що перешкоджають його розвитку: у більшості територіальних громад відсутня стратегія діяльності стосовно фандрайзингу; не сформовані інформаційні бази даних про джерела фінансування; недостатньо фахівців, здатних провести маркетингове дослідження, моніторинг, вибрати донора, написати заявку тощо [1].

Часто фандрайзинг узагалі сприймається як філантропія і реалізація соціальних проєктів, хоча це поняття значно ширше і передбачає також залучення ресурсів для реалізації комерційних проєктів, пошук фінансового спонсора, спонсора на умовах бартеру.

Існування упродовж тривалого часу дотаційного характеру діяльності більшості сільських та селищних рад сформувало, як у громадській свідомості, так і в самого керівництва громад, негативний образ до активної позиції щодо залучення додаткових джерел фінансування в місцевий розвиток. Однак, сьогодні відбувається докорінне переосмислення категорій фандрайзингу: він трактується не як випрошування фінансових ресурсів на покриття свого існування, а як запрошення інвесторів, меценатів, спонсорів для спільної участі в соціально важливих місцевих проєктах.

Щодо розвитку фандрайзингу на муніципальному рівні, то сьогодні відбувається перегляд донорами та бюджетними установами вищого рівня механізмів фінансування програм та проектів територіальних громад, який багато в чому визначається зміною управлінських пріоритетів, прагненням надати органам місцевого самоврядування більшої самостійності та самодостатності. За таких умов гарантією залучення коштів у суспільно важливі місцеві програми може стати переорієнтація на залучення позабюджетних коштів за рахунок фандрайзингової діяльності.

Муніципальний фандрайзинг можна визначити як залучення та акумулювання ресурсів з різних джерел на соціально та економічно важливі цілі. Основним методом муніципального фандрайзингу є реалізація спільних програм, учасниками яких є представницький орган територіальної громади, представники бізнесу та пересічні громадяни.

Відносно новим засобом муніципального фандрайзингу є створення молодіжних банків. У цих банках утворюються відповідні грантові комітети, до яких входять молоді та не байдужі члени громади, які в подальшому й визначають пріоритетні та найбільш перспективні напрями фінансування некомерційних проектів. Ці структури не тільки виконують функцію залучення молоді до місцевого самоуправління, а й дозволяють виробити лідерські якості, а також сприяють ознайомленню молоді з актуальними проблемами місцевої громади.

Іншим дієвим інструментом є соціальний маркетинг. Ідея полягає в розробці планів місцевими органами влади зі зміни соціальної поведінки громадян у напрямі підвищення громадської безпеки, охорони здоров'я, захисту навколишнього середовища. Головною перевагою соціального маркетингу є можливість впливати на соціоморальні зрушення в громаді.

Задля ефективного впровадження муніципального фандрайзингу місцева громада повинна організувати довготривалі відносини зі своїми стейкхолдерами. Це буде сприяти підвищенню довіри між громадою та комерційними організаціями, збільшенню благодійних надходжень, а також забезпечить дотримання принципу прозорості у сфері розподілу та використання як державних, так і благодійних фінансових надходжень.

Одним зі стимулів розвитку муніципальної фандрайзингової діяльності може бути і надання податкових пільг спонсорам.

Оскільки фандрайзинг є певним процесом, то відповідно до завдань будь-якого процесу він має бути добре спланований. Ці питання вирішує фандрайзингова стратегія.

Найважливішими елементами такої муніципальної фандрайзингової стратегії є: підготовка проекту; формування спонсорської пропозиції; чітке визначення цільової аудиторії проекту, для того щоб знайти, вибрати і залучити потенційних спонсорів; встановлення таких взаємин із партнерами, які задовольняють інтересам обох сторін; реалізація проекту та постійний контроль за його реалізацією; звітування перед спонсорами; аналіз програми фандрайзингу; робота з партнерами після завершення проекту для забезпечення подальшої співпраці на довгостроковій основі [2].

Розробка стратегічного плану фандрайзингу на рівні територіальної громади дозволить: поліпшити організацію фандрайзингу; сформувати культуру фандрайзингу; зосередити увагу на вирішенні найбільш актуальних проблем; збільшити обсяг залучених ресурсів; виявити і обґрунтувати майбутні напрями фандрайзингу; підвищити ефективність використання ресурсів, що виділяються на фандрайзинг; поліпшити конструктивність спільної фандрайзингової діяльності всіх учасників; підвищити ефективність контролю всіх заходів фандрайзингу [3].

Ретельне опрацювання всіх елементів стратегії муніципального фандрайзингу дасть змогу розширити коло партнерів і забезпечити стабільну співпрацю в подальшому.

Таким чином, здійснення фандрайзингової діяльності на місцевому рівні є ефективним інструментом для залучення додаткових ресурсів у місцеві громади та зміцнення їхньої фінансової незалежності. Однак цей інструмент вимагає відповідних умінь, навичок та компетентності від працівників органів місцевого самоврядування та громадських діячів, які долучаються до вирішення місцевих проблем у своїй діяльності.

Інформаційні джерела:

1. Базенко В. А. Фандрайзинг як додатковий фінансовий ресурс розвитку фізичної культури та спорту в умовах децентралізації / В. А. Базенко // Акт. пробл. держ. упр. – 2016. – № 1. – С. 54–59.
2. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Перспективи використання фандрайзингу для розвитку об'єднаних територіальних громад // Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. Сер. «Економічні науки». – Херсон, 2016. – Вип. 21, ч. 2. – С. 34–37.
3. Соколовська В. В. Сутність та перспектива розвитку в Україні фандрайзингу / В. В. Соколовська // Ефективна економіка. – 2015. – № 9. – С. 1. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/z=4453>.
4. Солосіч О. С., Кириченко С. О. Фандрайзинг як інструмент реалізації соціальних ініціатив та розвитку ресурсного потенціалу об'єднаних територіальних громад // Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (27 – 28 квіт. 2017 р.). – Київ : КНЕУ, 2017. – С. 185–190.

НЕДОЛІКИ СИСТЕМИ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ

Гвоздев М.П., гр. Ф-28

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**
Державний біотехнологічний університет

Оцінка кредитоспроможності позичальника є важливою складовою надання кредитів комерційними банками. Швидкі темпи зростання кредитних операцій комерційного банку зумовлюють пошук нових, більш ефективних та дієвих підходів до визначення кредитоспроможності позичальника.

Ситуація зі своєчасним поверненням кредитів обумовлена, перш за все, недосконалістю методів оцінки кредитоспроможності позичальників.

Проблемі аналізу кредитоспроможності суб'єктів господарювання комерційними банками присвячено велику кількість наукових публікацій, у яких започатковано вирішення цього питання.

Огляд матеріалів різних досліджень та публікацій показує, що в економічній теорії є багато методик оцінки кредитоспроможності позичальників, однак на сьогоднішній день система методів оцінки кредитоспроможності позичальників, відповідно до яких комерційні банки в Україні приймають рішення про видачу кредиту (або відмову в кредитуванні), є недосконалою. Поглиблене вивчення цієї проблеми дало змогу визначити такі основні недоліки:

- суб'єктивність висновків співробітнику банку, зумовлених його професіоналізмом;
- відсутність системи показників для аналізу;
- низький рівень професійної підготовки працівників банку, що зумовлено різким розвитком кредитування; застосування методик, які не враховують належним чином специфіку позичальника, що збільшує ризикованість кредитування через неповну оцінку всіх факторів ризику;
- істотні витрати часу на отримання досвіду експерту;
- відсутність можливостей у невеликих банків повноцінно розвинути нові скорингові тенденції у визначенні кредитоспроможності позичальника;
- обмеження кількості заявок фізичними можливостями експертів, що вимагає збільшення витрат на підготовку додаткових фахівців і розробку методик, на основі яких може бути регламентована процедура кредитного аналізу;
- неповноцінність моделей оцінки, які використовуються у вітчизняній практиці;

– складності у визначенні значення «нормативних» або «критичних» коефіцієнтів;

– труднощі при створенні дієвої методики аналізу кредитоспроможності для багатьох банків, які не є наступниками великих банків з інших країн, що обумовлює необхідність розробки основних методичних підходів для оцінки кредитоспроможності різних позичальників з урахуванням їх специфіки.

Вважаємо, надійним способом вирішення даної проблеми є розробка і використання обґрунтованої методики, що дозволить банку реально оцінювати кредитоспроможність позичальників та мінімізувати кредитний ризик.

ОБґРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

Герасимчук В.Г., асп.

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Л.О. Вдовенко**
Вінницький національний аграрний університет

Для досягнення більш динамічного економічного розвитку сільських територій України, для зміцнення тенденції до підвищення добробуту громадян, органи влади та місцевого самоврядування мають опиратись не тільки на внутрішні, але також і на зовнішні ресурси.

Прикладом таких зовнішніх ресурсів, є – залучення інвестицій, що створить нові виробничі потужності та нові робочі місця, сприятиме розвитку експорту з країни і виступить, таким чином, додатковим потужним рушійним фактором розвитку економіки. А основою будь-якого планування, є – розробка успішної стратегії. Що являтиме собою сукупність алгоритмів та послідовність дій задля формування сприятливого інвестиційного клімату на сільських територіях.

Правильно встановлені цілі стратегії розвитку сільських територій, дозволять систематизувати діяльність, встановити пріоритети та із максимальною ефективністю використати обмежені ресурси.

В сучасних умовах децентралізації зростає відповідальність виконавчої влади регіону, органів місцевого самоврядування, об'єднаних територіальних громад за підвищення своєї інвестиційної привабливості та ефективне використання наявного природного, економічного та

людського потенціалу [2]. Підвищити конкурентоспроможність і економічну ефективність сільських територій можна за рахунок нових інвестицій, які могли б поліпшити структуру економіки.

Проте потенціал сільських територій залишається недостатньо розкритим, що обумовлює необхідність формування стратегії залучення інвестицій на розвиток таких територій.

Серед найважливіших чинників, які впливають на прийняття інвестором рішення про вибір місця для реалізації інвестиційного проекту, є не лише наявність об'єктів та ділянок для інвестицій, а й стан інвестиційного клімату та очікування дієвої співпраці з місцевими органами влади, сприяння у реалізації інвестиційних проектів.

Динамічний та ефективний розвиток інвестиційної діяльності є необхідною умовою стабільного функціонування й розвитку економіки. Масштаби, структура і ефективність, використання інвестицій великою мірою визначають результати господарювання на різних рівнях економічної системи, стан, перспективи розвитку та конкурентоспроможність національного господарства.

Інвестиції – відносно новий для вітчизняної економіки термін, однак, в економічній теорії та підприємницькій практиці немає такого поняття, яке б використовувалося настільки часто й водночас – неоднозначно. Ефективність використання інвестицій створює передумови для забезпечення ефективності функціонування певної економічної системи.

Отже, виходячи з ролі та завдань інвестицій, можемо визначити кінцеву роль інвестицій в розвитку сільських територій України. Наведемо авторську схему на рис. 1.

Проаналізувавши даний рисунок, можемо чітко розуміти вплив інвестицій на розвиток сільських територій та спрогнозувати позитивні результати привабливого інвестиційного клімату й необхідності стратегії реалізації такого клімату.

А основними критеріями стійкого сільського розвитку є підвищення ефективності сільського господарства, диверсифікація сільської економіки, продовольча безпека країни, природний приріст сільського населення, підвищення рівня та якості життя на селі, дотримання соціального контролю над історично освоєними територіями, поліпшення родючості ґрунту й екологічної ситуації в сільських районах [3, с. 145].

Отже, стратегічне планування – є базовою основою стимулювання сприятливого інвестиційного клімату в сільських територіях. В подальшому інвестиції можуть стати ефективним інструментом розвитку даних територій та виведенням їх на новий економічний рівень. Адже



Рисунок 1 – Роль інвестицій в розвитку сільських територій

інвестиції стимулюють розвиток виробничих об'єктів на місцях, що додає додаткових доходів в місцеві бюджети, що в свою черзі сприяє позитивному іміджу села та демографічному прогресу. Тому можемо зробити висновок, що інвестиції являються необхідною важливою складовою соціально-економічного розвитку сільських територій України. А вдало підібрана стратегія є запорукою пошуку цих інвестицій та розробки результативного механізму їх залучення на розвиток сільських територій України.

Інформаційні джерела:

1. Балдинюк В.М. Сутність та особливості державного регулювання розвитку сільських територій. *Tne scientific heritage*. 2020. № 48. Vol. 4 P. 60-67.
2. Децентралізація в Україні: офіційний сайт. URL: <https://decentralization.gov.ua>
3. Томашук І.В. Інвестиційний потенціал сільських територій: основні аспекти розвитку. *Сталий розвиток економіки*. №1 (38). С. 140-149

КАПІТАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФІНАНСУВАННЯ

Герасимчук М.С., ОіА 4 курс 1 гр.
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.І. Рагуліна**
Державний біотехнологічний університет

На сьогоднішній день реальні інвестиції реалізують своє фінансування головним чином у формі капітальних вкладень, де фонд накопичення генерується в порядку розподілу прибутку між

господарючими суб'єктами господарства і бюджетом. Окрім того, амортизаційні відрахування є частиною фонду відшкодування і відповідно направляються на капітальні вкладення.

Капітальні інвестиції це – інвестиції, що спрямовуються у будівництво, виготовлення, реконструкцію, модернізацію, придбання, створення необоротних активів (включаючи необоротні матеріальні активи, призначені для заміни діючих, і устаткування для здійснення монтажу), а також авансові платежі для фінансування капітального будівництва [1].

За допомогою капітальних інвестицій створюються та відновлюються основні фонди в сільському господарстві, оскільки їх структура, розмір і розміщення створюють базу, що значно впливає на виробництво, якість обсягів готової продукції, їх реалізацію, асортимент із зростом потенціалу та можливостей подальшого розвитку виробництва в майбутньому.

Практична реалізація інвестиційної сфери тісно пов'язана з джерелами їх фінансування, за формами власності (джерела інвестування), що поділяються на:

- приватні інвестиції – здійснюють фізичні особи, а також юридичні особи з приватним капіталом (власні фінансові ресурси і внутрішньогосподарські резерви інвесторів чистого прибутку; амортизаційні відрахування залучених фінансових коштів інвесторів);

- державні – державні та місцеві органи влади, державні підприємства з цільовим бюджетним фондом (добровільних та централізованих спілок підприємств і промислово-фінансовими групами; заощаджень юридичних осіб і громадян; страхувальними компаніями з відшкодуванням втрат від стихійного лиха тощо);

- іноземні – юридичні та фізичні особи (кошти іноземних інвесторів; кошти іноземних позабюджетних фондів, позикові фінансові кошти інвесторів тощо).

При недостатності власних джерел фінансування капітальних інвестицій підприємство може залучати кошти, що мобілізуються на ринку цінних паперів або довгострокові кредити банків.

Фінансування державних капіталовкладень може здійснюватися також за рахунок бюджетних коштів, що надаються на поворотній і безповоротній основі. Держава регулює інвестиційну діяльність через підтримку федеральних цільових будівельних програм, шляхом направлення на їх фінансування бюджетні кошти.

В сучасних умовах підприємства всіх форм власності самостійно розробляють інвестиційні програми та забезпечують їх належними фінансовими і матеріальними ресурсами. План

формування інвестицій є для підприємства документом, визначальною стратегією його фінансових можливостей на майбутній рік.

При розробці стратегії формування інвестиційних ресурсів аналізують п'ять основних методів фінансування інвестиційних програм і проектів:

- акціонування (випуск власних акцій);
- самофінансування;
- кредитне фінансування;
- інвестиційний лізинг і селенг;
- комбіноване (змішане) фінансування.

В умовах ринкової економіки підприємства самостійно визначають як фінансові, так і виробничі проблеми. Оскільки капітальні інвестиції мають обмежені розміри, то основним завданням стає пошук шляхів їх ефективного застосування та інвестування коштів в проекти і активи з високим рівнем прибутковості і безпечним рівнем ризику.

Отже, на формування структури джерел фінансування капітальних інвестицій впливають багато факторів: темпи збільшення обсягів реалізації продукції підприємства, їх стабільність; стан ринку капіталів; структура активів підприємства; діюча система оподаткування підприємств; кредитна політика Національного банку України тощо. Вибір підприємством оптимальної структури джерел фінансування капітальних інвестицій має важливе значення, так як з нею пов'язані ризики втрати платоспроможності та виникнення стану банкрутства.

Інформаційні джерела:

1. Постанова Про затвердження Національного стандарту N 3 "Оцінка цілісних майнових комплексів" (Національний стандарт, п.2). *Кабінет Міністрів України*. Київ, 29 листопада 2006 р. N 1655 (1655-2006-п)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Гонгаренко А.В., ФБСС 4к
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.О. Євдокімова**
Державний біотехнологічний університет

Ефективність та обсяги виробництва підприємств обумовлюють склад та розмір фінансових ресурсів, водночас від їх величини та управління залежить зростання виробничо-економічного розвитку.

Під фінансовими ресурсами слід розуміти грошові кошти, що є в розпорядженні підприємства. Вони формуються ще до початку діяльності підприємства в процесі утворення статутного фонду. Далі ці кошти інвестуються для забезпечення виробничо-господарської діяльності, розширення і розвитку виробництва [1].

Фінансові ресурси підприємства – це частина грошових коштів у формі прибутків і зовнішніх надходжень, призначених для виконання фінансових зобов'язань і здійснення витрат по забезпеченню розширеного відтворення.

У науковій літературі до загальної суми фінансових ресурсів підприємств зараховують наступні елементи: статутний капітал; додатковий капітал; резервний капітал; амортизаційні відрахування; спеціальні фонди, що утворюються на підприємстві за рахунок прибутку; нерозподілений прибуток; кредиторська заборгованість усіх видів; короткострокові і довгострокові кредити банків; усі види фінансових позик тощо [2].

Фінансові ресурси, перебуваючи в постійному русі, можуть змінювати свою форму з метою створення умов формування нових фінансових ресурсів, а джерело фінансового ресурсу залишається незмінним, тоді, як припинення існування джерела фінансових ресурсів автоматично означає відсутність відповідного фінансового ресурсу, тобто джерело фінансування є первинними і виступає передумовою виникнення фінансових ресурсів [3]. Отже, слід використовувати відповідні джерела фінансових ресурсів залежно від етапу розвитку підприємства.

При створенні нового підприємства практично відсутня можливість використання внутрішніх джерел фінансових ресурсів, а тому основними джерелами будуть або власні зовнішні, або позикові кошти, що залежать від економічних та політичних умов, при яких створюється і починає функціонувати підприємств.

Для підприємств, що знаходяться на етапі значного розширення діяльності та стабільного розвитку, можливо використовувати всі доступні джерела формування фінансових ресурсів. При цьому за умов значного розширення діяльності перевагу мають зовнішні джерела формування фінансових ресурсів, а на етапі стабільного розвитку доцільнішими є внутрішні джерела формування фінансових ресурсів.

На етапі спаду діяльності чи за умов суттєвих фінансових труднощів, коли бракує власних внутрішніх коштів, а позикові ресурси обмежені у зв'язку із великими ризиками, то підприємство повинно орієнтуватися на кошти або нових інвесторів (емісію акцій чи пайових внесків), або кошти внутрішньокорпоративного розподілу, або кошти

державного чи місцевого бюджетів, якщо держава чи місцева влада зацікавлені у збереженні підприємства [4].

У сучасних умовах саме фінансові ресурси слід розглядати як найбільш дефіцитний для вітчизняних підприємств ресурс, нестача якого гальмує загальний розвиток та зумовлює слабшання інших елементів ресурсної бази підприємств. Спроможність вітчизняних підприємств досягти успіху залежить від ефективності управління наявними фінансовими ресурсами. У найбільш загальному вигляді управління фінансовими ресурсами поділено на три напрями:

- загальний аналіз і планування майнового і фінансового стану підприємства, у межах якого здійснюється загальна оцінка активів підприємства і джерел їх фінансування;

- забезпечення підприємства фінансовими ресурсами в достатній кількості, тобто здійснюється управління джерелами формування фінансових ресурсів підприємства;

- оптимальний розподіл і використання фінансових ресурсів, що здійснюється у межах політики управління капіталом, управління активами та інвестиційної політики підприємства [2].

Інформаційні джерела:

1. Хрущ Н.В. Аналіз та оцінка рівня прибутковості фінансових ресурсів підприємства / *Економіст*. 2007. № 7. С.28-31.

2. Волинчук Ю. Особливості формування та використання фінансових ресурсів підприємств. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 11. Ч. 3. С. 96-101.

3. Шестова О.О. Джерела формування фінансових ресурсів підприємства в умовах ризикового ринкового середовища / *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2011. Випуск 6/2. С.194-197.

4. Воробйов, Ю.М. Теоретичні засади формування і використання фінансових ресурсів в соціально-економічній системі держав / *Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції*. 2009. № 4. С.16-24.

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Грабов`як М.О., гр. 51-ФБС

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Л. Руда**

Вінницький національний аграрний університет

Страхова діяльність відноситься до сфери фінансових послуг, що суттєво впливає на склад доходів страхових компаній. Доходи є одним з найважливіших показників діяльності страхової компанії.

Різниця між доходами та витратами страховика визначає фінансовий результат від страхових операцій, виступає вартісною оцінкою його фінансово-економічної діяльності.[1]

Діяльність страхової компанії спрямована на отримання доходу та прибутку шляхом надання юридичним і фізичним особам послуг для забезпечення їх страхового захисту. Призначення доходу – не лише покриття поточних витрат, але і забезпечення досягнення стратегічних цілей, які зорієнтовані на довгострокове стабільне функціонування й ефективний розвиток страхової компанії, зростання її ринкової вартості.[3]

За своєю економічною природою страхування призначене для забезпечення страхового захисту майнових інтересів членів суспільства і має здійснюватися на засадах еквівалентності. Саме тому страхова діяльність не передбачає отримання надвисоких прибутків.

Загальний алгоритм формування прибутку страховиком наведено на рис. 1.



Рисунок 1 – Алгоритм формування прибутку страховиком [5]

Відповідно до облікової політики прибуток страховика формується за рахунок прибутку від основної (страхової), фінансової та інвестиційної та іншої діяльності. З урахуванням цих складових формується чистий прибуток страховика.

На основі показника прибутку визначається рентабельність страхових операцій, яка є відносним показником кінцевого фінансово-господарського результату діяльності страховика. Показник рентабельності розраховується як відношення річної суми прибутку до річної суми платежів з будь-якого виду страхування або страхових операцій.

З рис. 1 бачимо, що загалом прибуток компанії формується за кожним видом діяльності окремо, як у інших суб'єктів господарювання. Проте розрахунок прибутку від страхової діяльності формується для страховиків різного типу відмінно. Тому особливістю формування прибутку від страхової діяльності є розподіл компанії за видами. Згідно з Законом України «Про страхування» страхові компанії можуть здійснювати діяльність за напрямом страхування життя або загального страхування.

Страхування життя – це вид особистого страхування, який передбачає обов'язок страховика здійснити страхову виплату за договором страхування в разі смерті застрахованої особи; в разі дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування та/або досягнення застрахованою особою визначеного договором віку [4].

Загальне (ризикове) страхування включає всі ті види страхування, які не підпадають під ознаки договорів страхування життя (страхування від нещасного випадку, страхування медичних витрат, майнове страхування тощо).

Доходи від інвестиційної діяльності страхової організації формуються за рахунок інвестування коштів страхових резервів і власних вільних коштів. Страхові інвестиції повинні здійснюватися в обсягах, за строками і в просторі, які узгоджені зі взятими страховими зобов'язаннями.

Прибуток від іншої діяльності включає доходи інших суб'єктів підприємницької діяльності, наприклад оперативний та фінансовий лізинг, доходи від безоплатно наданих товарів, від безповоротно отриманої допомоги, індексації й відчуження основних фондів, надання консультаційних послуг та ін..[2]

Таким чином, систематизований понятійний апарат дає змогу зробити висновок, що прибуток страхової компанії доцільно розглядати як позитивний фінансовий результат (у грошовому вираженні) від усіх видів діяльності страховика та є джерелом фінансування компаній і створення резервів. Фактичний прибуток страхової компанії являє собою різницю доходів за звітний період і понесених витрат страховика. Крім того, на його величину впливають результати інвестиційної діяльності страховика, а чистий прибуток характеризує фінансовий результат діяльності страхової компанії за вирахуванням податків та обов'язкових платежів у державний бюджет.

Інформаційні джерела:

1. Внукова Н.М. Страхування: теорія та практика: навч.-метод. посіб. Харків: Бурун Книга, 2004. 371 с.

2. Вовчак О.Д., Надієвець Л.М. Діяльність страхових компаній як фінансових посередників: світовий досвід та можливості для України. Облік і фінанси. 2015. №3(69). С.70

3. Корват О.В., Мамедов Н.К. Управління доходами страхової компанії. Ефективна економіка. 2019. № 11. С. 3.

4. Про страхування : Закон України від 7 березня 1996 р. № 85/96-ВР [Електронний ресурс]. – URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show>.

5. Шаповал Л.П., Іванова А.П. Особливості формування прибутку страхової компанії. Економіка і суспільство. 2017. Випуск №13. С. 1111

РОЛЬ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЛІКВІДНОСТІ У АНАЛІЗІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дроб'язко В. В., гр. маг ОіО 1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Велієва**

Державний біотехнологічний університет

У сучасних умовах усі підприємства стикаються з певними проблемами невизначеності у виборі найбільш ефективних напрямків свого розвитку в процесі своєї діяльності на тлі високої динаміки економічних процесів. Крім того, одним з основних завдань підприємства є постійне подолання різних криз. Тому, велике значення надається тому, наскільки підприємство здатне вчасно та в повному обсязі виконувати свої зобов'язання, тобто наскільки воно платоспроможне.

Показники платоспроможності допомагають визначити ефективність управління підприємством та його стабільність на ринку. Це означає, що оцінка платоспроможності підприємства допомагає зменшити внутрішні витрати, зберегти гнучкість у прийнятті управлінських рішень, збільшити динаміку продажів і, як наслідок, покращити його позиції на ринку.

Поняття платоспроможності та ліквідності досить схожі, але друге більш глибоке. Ступінь ліквідності підприємства залежить від його платоспроможності, тобто наявності коштів, можливості перетворення оборотних активів у гроші, розмір яких достатній для покриття всіх боргів.

Аналіз фінансового стану підприємства без оцінювання рівня ліквідності буде неповним, що не дозволить зробити обґрунтовані висновки про існуючий стан та перспективи розвитку такого суб'єкта господарювання. Показники ліквідності дають змогу дослідити фінансовий стан підприємства, оцінити його платоспроможність,

усунути наявні недоліки для того, щоб в подальшому стабільно здійснювати діяльність та бути привабливим для інвесторів.

Баланс є основним джерелом інформації для визначення коефіцієнту ліквідності. При складанні балансу підприємство, з одного боку, повинно відповідати вимогам щодо складання фінансової звітності, з іншого – враховувати, що важливим показником, який характеризує платоспроможність та ліквідність підприємства, є його ефективність власного капіталу, який визначається як різниця між поточними активами та пасивами.

Ліквідність може бути здатністю бізнесу швидко реагувати на несподівані фінансові виклики та можливості, розширювати активи у міру зростання продажів та погашати короткостроковий борг, просто перетворюючи активи в готівку. Необхідно розрізнити поняття «ліквідність активів» та «ліквідність балансу». Ліквідність активу - це його здатність конвертувати в готівку. Наприклад, після продажу гроші надходять на рахунок і не перетворюються на дебіторську заборгованість. Ступінь ліквідності активу залежить від тривалості періоду, протягом якого відбувається конвертація.

Оцінка ліквідності балансу дозволяє розкрити поточну платоспроможність та визначити можливість її збереження в майбутньому. Розрахунки ліквідності та платоспроможності можна виконувати з певною мірою точності. В рамках експрес-аналізу платоспроможності особлива увага приділяється статтям балансу, які відображають наявність грошей в касі або на поточному рахунку.

Поняття ліквідності застосовується лише до зобов'язань організації, оскільки тільки вони можуть бути перетворені у грошові кошти, тоді як зобов'язання не виконують цю функцію. Основними показниками ліквідності, що використовуються у практиці фінансового аналізу, є: поточна ліквідність, швидка ліквідність та абсолютна ліквідність.

З метою підвищення ліквідності та платоспроможності підприємство здійснює заходи, спрямовані на збільшення прибутку, скорочення витрат та оптимізацію структури капіталу. Правильний і точний перерозподіл оборотних коштів підприємству дозволяє збільшити обсяг ліквідних активів та зменшити обсяг неліквідних запасів. Також можна зробити виняток при розрахунку ліквідності резервів, оскільки вони є найменш ліквідною частиною оборотних активів. Тоді ми отримуємо коефіцієнт швидкої ліквідності, який характеризує здатність компанії покривати поточні зобов'язання в результаті погашення дебіторської заборгованості.

Таким чином, ліквідність балансу відображає ступінь покриття зобов'язань активами компанії, період конвертації у грошові кошти відповідає терміну погашення зобов'язань. Платоспроможність підприємства залежить від рівня ліквідності балансу. Основною відмінністю між ліквідністю є формальне перевищення вартості оборотних активів над короткостроковими зобов'язаннями. І чим вона більша, тим вигідніше фінансове становище підприємства щодо його ліквідності. Щоб розвивати та фінансувати свою повсякденну діяльність, підприємство повинно бути платоспроможним та ліквідним. Після аналізу ліквідності та платоспроможності можна зробити висновки про розвиток підприємства, інвестиційну привабливість та ідентифікувати ризик банкрутства.

ЛІЗИНГОВЕ ФІНАНСУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ АГРАРІЇВ

Дубина В.В., гр. ФН 4-2
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**
Державний біотехнологічний університет

Лізингова компанія – це спеціалізована установа, що здійснює посередницьку діяльність щодо надання в оренду майна на умовах лізингу. Саме ж поняття “лізинг” і означає передачу однією стороною, тобто лізингодавцем за відповідним договором іншій стороні (лізингоодержувачу) у користування майно.

Ринок лізингу в Україні активно розвивається впродовж останніх років. Частка сільського господарства в цьому розвитку за активами займає перше місце в розмірі біля 27%, обігнавши частку транспортної галузі, яка склала 22%, – за даними Нацкомфінпослуг за результатами 3 кв. 2019 р. А темп зростання лізингу в сільському господарстві за 9 місяців 2019 року склав більше 27%, порівняно з аналогічним періодом минулого року, – вказує джерело. За результатами ж діяльності членів УОЛ за 3 кв. 2019 р., частка їх активів у сільськогосподарській техніці склала 35% проти 42% у автотранспорті.

Локомотивом ринку залишається сегмент лізингових і фінансових компаній. Їх частка на ринку склала 80% від обсягу нового бізнесу за 2020 рік і зросла на 3 в.п. протягом року. Вартість нових угод цих гравців на ринку склала 26 058 млн. грн. і зменшилась лише на 0,7%.

Динаміка лізингових послуг, що надавались лізинговими і фінансовими компаніями, була зростаючою, та вийшла на пікові значення в 2019 році, створивши ефект високої бази порівняння. Не зважаючи на цей фактор, а також в умовах економічного спаду, лізингові та фінансові компанії змогли втримати рівень угод майже на рівні 2019 року. Це свідчить про стійкість даного бізнесу, а також вказує на потенціал до зростання за сприятливих умов.

В свою чергу, найактивнішими серед усіх гравців на ринку залишаються саме лізингові компанії. Вони уклали 93% від вартості всіх угод у 2020 році, що припали на лізингові та фінансові компанії, і таким чином забезпечили левову частку бізнесу.

За галузями сільське господарство також показало найбільший попит на лізингові послуги. Угоди з клієнтами в цій галузі склали 28% від загальної вартості. Вагому частку також мала транспортна галузь (20%). Інші галузі зайняли менше 10%.

Лізингові компанії Асоціації, зареєстрували 2 153 одиниці сільськогосподарської техніки за 2020 рік, що на 17% більше ніж в попередньому. Тож за підсумками року лізинг показав зростання в усіх ключових для себе сегментах, незважаючи на глобальну та внутрішньо-українську рецесію.

Галузі вдалося зкоригувати бізнес-процеси з урахуванням нових викликів та уникнути значного впливу пандемії COVID-19 на обсяги фінансування в сільськогосподарському сегменті. Березень і липень стали піковими місяцями в 2020 році, протягом яких було зареєстровано 232 і 228 одиниць техніки відповідно.

Трійкою лідерів за реєстраціями агротехніки в минулому році стали ОТП Лізинг (57% від усіх реєстрацій за період), Кредобанк (15%), та Адванс Лізинг (11%). Їх сукупна частка в цьому сегменті складала 84%.

Найбільш поширеним видом техніки у аграріїв були трактори, частка яких на ринку складала 26%, і трактори виробництва New Holland користувалися підвищеним попитом (23% від загального обсягу). Наступними за популярністю були бренди John Deere (16%) і Fendt (12%). Поза сегментом тракторів, близько 14% нових реєстрацій припало на техніку для обробки ґрунту, 14% – на жнивarki, а ще 11% – на сівалки. Решта видів техніки мали частку меншу за 10%.

Загальний парк сільськогосподарської техніки лізингових компаній на кінець 2020 року також зріс на 14% і сягнув 4 805 одиниці. Найбільше техніки належить компанії ОТП Лізинг (52% від парку всіх членів Асоціації), друге місце за цим показником посідає Кредобанк (18%) і третє – Альфа-Лізинг (9%).

Компанії та банки лізингодавці, що є членами Асоціації, репрезентують близько 80% українського ринку лізингу, тож загальні обсяги фінансування в агросектор можуть бути навіть дещо вищими. В цілому галузь демонструє стабільність та надійність, майже не дозволяючи зовнішнім факторам впливати на амбітні плани співпраці з вітчизняними агровиробниками.

Отже, держава зацікавлена у розвитку лізингу, оскільки він є інвестиційним механізмом, що сприяє оновленню техніки та технологій, зростанню конкурентоздатності економіки, зменшенню енергоємності та матеріалоемності виробництва, зростанню екологічної та технічної безпеки виробництва, покращенню умов праці, розвитку малого та середнього бізнесу, сільського господарства, соціальної сфери тощо, підвищенню ефективності виробництва та добробуту населення, розширенню податкової бази, зростанню бюджетних надходжень.

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА ІНТЕРАКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Сроменко А. В., гр.Фз-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.М. Лачкова**

Державний біотехнологічний університет

У сучасному економічному житті термін «антикризове управління» (антикризовий менеджмент) стає все більш популярним. Ряд економістів розуміють під ним управління підприємством в кризових умовах, інші вважають рятування підприємства від загрози банкрутства, а деякі пов'язують антикризове управління з діяльністю антикризових менеджерів у межах судових позивів з визнання підприємства банкрутом. Деякі економісти-дослідники вважають, що антикризові заходи слід застосовувати лише тоді, коли прибутковість стає мрією, а перспектива банкрутства підприємства – реальною. Виходячи з цього, вони повністю ігнорують діагностику ймовірності банкрутства на ранніх стадіях, акцентуючи увагу лише на ліквідації наслідків кризи.

На нашу думку, будь яке управління має мати риси антикризового, або набувати їх по мірі виникнення кризових ситуацій. Ігнорування ролі антикризового управління може мати негативні наслідки для підприємства, і навпаки, зосередження уваги на

антикризовій складовій управління надає більше можливостей безболісного подолання кризових ситуацій.

Оскільки, кризи різняться за своїм походженням, підходи до управління ними також мають бути різними, і це треба враховувати при розробці системи алгоритмів управління, так як не усі засоби протидії кризи здатні створити бажаний ефекти.

Значення проблеми антикризового управління підприємством знаходить своє відображення і в реформах, які проводяться в нашій країні. За останні роки відбулися суттєві зміни в антикризовому законодавстві, було прийнято Кодекс України з процедур банкрутства, що дає змогу не тільки перестроювати роботу самого підприємства, але й знизити обсяг неплатежів тим самим покращити фінансово-економічний клімат інших, пов'язаних з ним суб'єктів господарювання, та держави в цілому.

Елементи антикризового управління мають бути запроваджені не тільки на підприємствах, які перебувають у кризовому стані, алей і на успішно функціонуючих підприємствах.

Вивчення основних тенденцій розвитку вітчизняних підприємств часто призводить до висновків про недостатню ефективність господарювання, яку часто пов'язують із кризою менеджменту. Практика показала, що не всі підприємства змогли адаптуватися до сучасних умов. Науковці до основних помилок менеджменту відносять: недосконале опрацювання стратегії розвитку; відсутність стратегічного бачення; орієнтація на короткострокову перспективу; відсутність гнучкості; нетворчий підхід до управлінської діяльності; необґрунтоване застосування західних методик діагностики банкрутства, розуміння антикризового менеджменту як інструменту, потрібного лише в умовах кризи тощо.

Функцію антикризового менеджменту, направлену на попередження кризи підприємств, не можна розглядати статичним станом. Тому існує постійна потреба у фахівцях, здатних виявляти небезпеки, здійснювати діагностику існуючого стану, виявляти слабкі ланки у діяльності підприємства, використовувати сучасні інструменти антикризового управління.

Інструментарій антикризового управління досить широкий, він включає статистичні методи, методи моделювання ситуацій, прогнозування, експериментальні методи експертизу, маркетингові дослідження, і вибір з них залежить у першу чергу від типу кризи та форми її прояву. Системний аналіз сигналів о змінах стану та конкурентного статусу організації дозволяє розглядати у сукупності ряд параметрів, які виступають у якості індикаторів кризових явищ,

підвищення загрози реалізації місії підприємства, або навпаки, можуть свідчити про розширення можливостей підприємства. Такий підхід є ефективним навіть на самих ранніх етапах виявлення кризи, коли за мету ставиться запобігання виникненню або розгортання кризи.

Вітчизняні підприємства, як показує практика, здійснюють активне антикризове управління, що ґрунтується на фінансовому аналізі, що носить реактивний характер, основною метою якого є лише впровадження антикризових заходів. Однак прогресивні підприємства, що успішно функціонують у ринкових умовах, останнім часом дедалі більше дотримуються інтерактивного типу управління, за якого, під час проведення діагностики розглядаються можливості одночасного застосування оперативних і стратегічних заходів.

У практичній діяльності підприємства схильні до застосування методів аналізу, які дозволяють оцінити ризики, фінансовий стан та розробити прогнози з мінімальними витратами часу та коштів. Тому для реалізації функції антикризового управління на підприємстві має бути розроблено системи критеріїв і оцінок, проекти програм моніторингу, що зможуть бути застосовані на підприємствах України.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Завгородня Ю.С., гр. Ф-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **О.П. Близнюк**

Державний біотехнологічний університет

Одним з ключових детермінантів досягнення фінансової стійкості та стабільності підприємства є оптимізація складу та структури капіталу, власних і позикових джерел фінансових ресурсів, а також стратегія управління капіталом підприємства.

Під фінансовою структурою капіталу підприємства розуміють співвідношення між власним і позиковим капіталом. Власний і позиковий капітал мають певну відмінність, яка впливає з різних рівнів їх доходності та ризику для власників цього капіталу. Оцінка та порівняння вартості різних елементів капіталу дають можливість сформулювати його оптимальну структуру.

Питання оптимізації структури капіталу підприємств із метою мінімізації його середньозваженої вартості, максимізації рентабельності активів і власного капіталу, підвищення ринкової вартості підприємств та

ефективності їх фінансово-господарської діяльності залишаються актуальними й вимагають подальшого дослідження. Теоретичні та методичні аспекти оптимізації структури капіталу підприємств із метою мінімізації його вартості, максимізації рентабельності та ринкової вартості корпорацій досліджували у своїх працях такі зарубіжні та вітчизняні вчені-економісти: Ф. Модільяні, М. Міллер, С. Майєрс, Н. Майлуф, Ю. Брігхем, Л. Гапенський, Р. Брейлі, Г. Марковиць, У. Шарп, Дж. Тобін, С. Росс, І.А. Бланк, М.В. Грідчина, В.В. Ковальов, Є.С. Стоянова та ін.

Різні теорії щодо формування оптимальної структури капіталу підприємств розроблялися одночасно з теоріями ринкової вартості та середньозваженої вартості капіталу підприємств. Цей зв'язок базується на таких залежностях: мінімізація середньозваженої вартості капіталу сприяє максимальній ринковій вартості підприємства та одночасно оптимізації структури капіталу.

Концепція ціни капіталу підприємства являє собою одну із базових в теорії капіталу, яка ґрунтується на таких залежностях: мінімізація середньозваженої вартості капіталу сприяє максимальній ринковій вартості підприємства та одночасно оптимізації структури капіталу.

Вартість капіталу використовується як вимірник дохідності поточної діяльності підприємства, базовий критерій ефективності фінансових інвестицій, механізм управління структурою капіталу, вимірювання рівня ринкової ціни підприємства.

Маючи можливість залучати фінансові ресурси з різних джерел, підприємства намагаються оптимізувати структуру капіталу таким чином, щоб зменшити його середньозважену ціну, яка є середньою платою компанії за всі джерела фінансування та визначає необхідну норму прибутку фінансово-господарської діяльності підприємства загалом. Зниження ціни капіталу супроводжується зростанням ринкової вартості підприємства, і навпаки.

Таким чином, можна зробити висновок, що оптимальною структурою капіталу вважається таке співвідношення між власним і позиковим капіталом, яке забезпечить оптимальне поєднання ризику і дохідності для підприємства, максимізує його ринкову вартість, забезпечить високий рівень платоспроможності та фінансової стійкості.

Необхідно зазначити, що фінансова стійкість та інвестиційна привабливість підприємства залежить від його фінансового потенціалу, який визначається обсягом і структурою власних, позичених та залучених фінансових ресурсів. Підвищення рівня фінансової стійкості та інвестиційної привабливості залежить від раціональності управління фінансовим потенціалом підприємства, наявності достатнього обсягу

власних коштів і формування оптимальної структури капіталу, що можливе лише за умови рентабельної роботи суб'єкта підприємництва.

Таким чином, ключовими критеріями оптимізації фінансової структури капіталу підприємства є такі: урахування вартості різних частин капіталу (власного та позикового), що впливають на норму валового та чистого прибутку підприємства; використання ефекту фінансового левериджу, тобто ефективності залучення позикового капіталу з погляду його впливу на рентабельність власного капіталу через податкову економію та перевищення валової рентабельності активів над сплатою відсотків за позиковий капітал; оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації вартості власного капіталу, вартості позикового капіталу та середньозваженої вартості загального капіталу; досягнення оптимального (мінімального) рівня фінансового ризику; використання основних правил фінансування: «вертикального» та «горизонтального»; забезпечення запасу фінансової міцності підприємства; дотримання визначених рівнів ліквідності, плато- і кредитоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності, ділової активності підприємства тощо.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНСТРУМЕНТИ ФОНДОВОГО РИНКУ

Іванюта М.О., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **О.П. Близнюк**
Державний біотехнологічний університет

Фінансові інвестиції можуть використовуватися торговельними підприємствами як ефективний інструмент вкладень тимчасово вільного грошового капіталу у високодохідні цінні папери, з яких формується диверсифікований портфель фондових активів у відповідності з розробленою інвестиційною стратегією.

Фінансове інвестування може здійснюватися в таких основних формах: вкладення капіталу в статутні фонди спільних підприємств; вкладення капіталу в дохідні види грошових інструментів; вкладення капіталу в дохідні види фондових інструментів. Остання форма фінансових інвестицій є найбільш масовою та перспективною. Вона характеризується вкладенням коштів в різноманітні види цінних паперів, які вільно обертаються на фондовому ринку: пайові цінні папери, які засвідчують право власності (акції); боргові цінні папери,

що засвідчують відносини позики (корпоративні облігації, ощадні та інвестиційні сертифікати, векселі, облігації державних та місцевих позик); похідні цінні папери.

Фінансова оцінка пайових цінних паперів та визначення їх інвестиційної привабливості здійснюється за допомогою фундаментального та технічного аналізу. Мета цих двох видів інвестиційного аналізу полягає у виборі цінних паперів, які інвестор може оцінити, порівняти з іншими і реально здійснити операції з ними, тобто купувати та продавати. Як той, так і інший види аналізу мають своїх прибічників та супротивників, обидва вони широко використовуються у практиці інвестиційного аналізу цінних паперів.

Фундаментальний аналіз передбачає ретельне вивчення фінансово-господарського становища емітента. Основною метою фундаментального аналізу є прогнозування майбутніх доходів емітента та пов'язаних з ними дивідендів, зростання ринкової вартості акцій. До основних методів фундаментального аналізу належать: методи оцінки внутрішньої вартості, дохідності та ризику акцій, їх інвестиційної привабливості і якостей згідно відомих рейтингів корпоративних цінних паперів.

Інвестиційні рішення повинні прийматися з урахуванням значення не одного, а комплексу показників. Найбільш важливими показниками фінансової оцінки акцій є: дохідність (дивіденди), ринковий курс, капіталізована вартість, співвідношення ринкової і номінальної ціни, вартість чистих активів на акцію, прибуток на акцію, коефіцієнт «ціна-дохід», коефіцієнт платіжності, показники обігу, дисконтова на вартість. Значна кількість моделей оцінки внутрішньої вартості акцій, які застосовуються в процесі фундаментального аналізу, базуються на концепції теперішньої вартості майбутніх грошових потоків.

Рейтингові оцінки акцій широко використовуються в країнах із розвиненими фондовими ринками, віднесення цінних паперів до того чи іншого класу само по собі може впливати на їхню вартість. В зарубіжній практиці за критерієм якості цінного паперу виокремлюють наступні типи акцій: акції з «блакитними корінцями»; дохідні акції; акції зростання; циклічні акції; захищені акції; спекулятивні акції.

Технічний аналіз цінних паперів не передбачає вивчення економічного стану і перспектив емітентів, оскільки вважає, що вони вже враховані ринком в оцінці поточної ціни активів. Тому він бере за основу біржові дані котирування акцій. Метою технічного аналізу є пошук стійких конфігурацій цін. Аналіз проводиться за допомогою графіків, що відображають ринкову поведінку цінного паперу.

Оцінка ефективності фінансових інвестицій в боргові цінні папери (переважно державні та корпоративні облигації) здійснюється за сукупністю таких показників: ринковий курс та ціна, прямий дохід на облигацію, ціна конверсії. Розраховується період окупності боргових інструментів, відомий як аналіз дюрації. Надається оцінка внутрішньої вартості облигацій з дисконтом, фіксованою та плаваючою відсотковими ставками, оцінюється дохідність та ризик облигацій.

Портфель фінансових інвестицій – це певним чином підібрана сукупність окремих видів цінних паперів та інших фінансових інструментів, які є найбільш дохідними та безпечними для інвестора. Головною метою формування портфелю фінансових інвестицій є забезпечення реалізації політики фінансового інвестування шляхом підбору найбільш дохідних та найменш ризикових цінних паперів.

Таким чином, в процесі здійснення фінансових інвестицій та формування диверсифікованого портфелю фондових інструментів перед інвесторами постає завдання оцінки рівнів ризику та дохідності пайових та боргових цінних паперів. Інвестиційний портфель, який відповідає цілям його формування, являє собою оптимальний або збалансований портфель фінансових інвестицій.

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОГО НАГЛЯДУ НА РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ

Іващенко А.Г., гр. Ф-29

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Жилякова**
Державний біотехнологічний університет

Страховий бізнес України розвивається як частина фінансового сектору країни, що проходить шлях трансформації від тотального адміністративного регулювання до ринкової економіки. Еволюція регуляторів страхового бізнесу України історично сприяла зростанню галузі страхування.

Традиційно виділяють наступні етапи розвитку українського страхового ринку:

I етап (1991-1993 рр.) – характеризується відсутністю державного контролю за страховими компаніями та законодавчої бази, яка б регламентувала страхові відносини, відсутність ліцензійних вимог, вимог щодо рівня платоспроможності, статутного капіталу та активів страховиків.

II етап (1993-1996 рр.) – визначено умови надання страхових послуг, вимоги щодо необхідності ліцензування та статутного капіталу, створено орган, що здійснював нагляд за страховою діяльністю.

III етап (1996-2003 рр.) – збільшення повноважень органу державного нагляду за страховими компаніями, поділ страхових компаній на страхування життя та страхування ризиків; визначено мінімальний розмір статутного капіталу, доцільність актуарних розрахунків для тарифних ставок; складання нових вимог до формування резервів та платоспроможності страхових компаній, розроблена і затверджена спеціалізована бухгалтерська звітність.

IV етап (2003 р. –2020 р) – збільшено розмір мінімального статутного капіталу, скасовано обмеження на частку іноземних фізичних чи юридичних осіб у статутному капіталі українських страховиків.

Органи державного нагляду за страховим ринком в Україні з 1991 р. змінювалися у відповідності до етапів розвитку самого ринку, а саме:

– Українська державна страхова комерційна організація (16 жовтня 1991 р.),

– Держкомітет у справах нагляду за страховою діяльністю (17 вересня 1993 р.),

– Управління страхової діяльності в складі департаменту фінансових установ та ринків (15 грудня 1999 р.),

– Департамент страхового нагляду в складі Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України (12 грудня 2002 р.),

– відповідні Департаменти Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України (1 березня 2010 р.),

– Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (23 листопада 2011 р.),

– Національний банк України (1 липня 2020 р.)

З 2020 року, коли НБУ став регулятором більшої частини ринку небанківських фінансових установ, у тому числі страхового ринку, вимоги до платоспроможності фінансових установ базувалися переважно на затверджених актах попереднього регулятора. З часом НБУ розпочав застосування заходів впливу за недотримання вимог законодавства України, результатом яких стало виключення з державного реєстру фінансових установ 29 страхових компаній за перше півріччя 2021 року. В той же час II квартал 2021 року відзначився зростанням обсягів операцій та активів усіх небанківських фінансових установ, у тому числі страховиків. Цьому не перешкождали ні добровільний вихід з ринку, ні примусове зупинення дії ліцензій низки установ.

Не обхідно відзначити, що страховий ринок України входить в нову фазу розвитку. Проєвропейський напрям економічного розвитку України задав новий вектор розвитку страхового бізнесу країни, підкреслив необхідність оновлення законодавчої бази, впровадження європейських стандартів та захисту прав споживачів страхових послуг. Тому, важливо формування стратегії стабільного розвитку страхового ринку України. Серед нагальних проблем слід відмітити необхідність активного застосування вимог щодо пріоритетів покращення ділового середовища, розширення доступу населення до сучасних технологій та інвестицій, адаптації до міжнародних та європейських стандартів і регламентів.

Для вирішення загальних проблем та перспектив розвитку страхування в Україні необхідно чітко сформулювати принципи партнерства, нову модель соціальної взаємодії між страховими компаніями та споживачами страхових послуг на принципах прозорості, відкритості та захисту інтересів учасників ринку.

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Ісаєнко Ю.О., гр. ФБСС – 5М

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Ю. Скоромна**
Державний біотехнологічний університет

Прибуток в ринковій економіці є основною метою діяльності, рушійною силою та джерелом оновлення виробничих фондів. Формування прибутку, як головного фінансового результату, відбувається поступово протягом фінансово-господарського року від усіх видів звичайної та незвичайної діяльності і є системою прибутків і доходів господарства.

Аналіз факторів впливу на формування прибутку та виявлення позитивних та негативних тенденцій зміни прибутку, дозволяє господарству скоригувати його розмір та відповідно управляти ним в майбутньому періоді.

Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконаленням його матеріально-технічної бази. Вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні стабілізувати його на певному рівні. Процес накопичення прибутку відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру.

До внутрішніх факторів впливу на формування прибутку відносять фактори, що залежать від діяльності підприємства: обсяг виробництва продукції, рівень доходів, рівень витрат, ефективність цінової та асортиментної політики.

Зовнішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, які не залежать від діяльності підприємства:

- податкова система країни та податкова політика господарства – залежність між прибутком та податками обернено-пропорційна – чим менше податків заплатить підприємство, тим більше прибутку залишиться в його розпорядженні;

- цінова політика послуг інших галузей народного господарства – зростання цін на електроенергію, тарифів на паливо-мастильні матеріали, теплову, парову енергію, транспортні послуги, послуги зв'язку, що приводить до збільшення поточних витрат;

- державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика (хлібобулочні вироби, м'ясні та молочні продукти);

- зміна нормативних документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними ресурсами – збільшує поточні витрати та негативно впливає на формування прибутку;

- політика держави по формуванню доходів, відсутність індексації доходів населення залежно від темпів інфляції впливає на зниження купівельної спроможності населення, що приводить до зниження обсягів реалізації продукції, а отже зниження прибутків.

До зовнішніх факторів формування прибутку відносять природні умови. Особливо велике значення даний чинник має в сільському господарстві, де через несприятливі природні умови зменшується врожай, і як наслідок через це зростають ціни на сировину переробних підприємств.

Також до зовнішніх факторів можна віднести внутрішній менеджмент на підприємстві. Проте основною групою зовнішніх факторів, є фактори пов'язані з державним регулюванням цін, тарифів, податкових ставок, нормативів, штрафних санкцій.

Поряд з розглянутими факторами формування прибутку слід досліджувати і специфічні фактори, до яких відносять леверидж, облікову політику.

Фінансовий леверидж тісно пов'язаний з фінансовою діяльністю підприємства. За допомогою фінансового левериджу можна оптимізувати співвідношення між власними та залученими ресурсами та визначити їх вплив на прибуток.

Облікова політика також впливає на формування прибутку підприємства, тобто: зміна методу погашення вартості малоцінних і швидкозношуваних предметів; використання різних методів оцінки виробничих запасів; використання різних методів визначення прибутку від реалізації (робіт, послуг) та ін.

Таким чином, прибуток залежить від багатьох факторів. При здійсненні фінансово-господарської діяльності всі ці фактори знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності. «Прямий» вплив на величину собівартості продукції, а отже і прибутку, пов'язаний з тим, наскільки раціонально й економно витрачаються матеріальні ресурси, адже частка матеріальних витрат у складі собівартості зазвичай коливається від 60 до 90%.

СТАН БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ У 2021 РОЦІ

Кемза Р.Г., гр. ФБСС 4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Ю. Скоромна**
Державний біотехнологічний університет

Банківська система є важливим складовим елементом фінансового ринку. Її стабільність та розвиненість є запорукою розвитку національної економіки. Банки – це інститути фінансового ринку, що забезпечують процес акумуляції і перерозподілу вільних фінансових ресурсів, забезпечують рух коштів між усіма економічними суб'єктами та підтримку процесів економічного відтворення.

На сучасний стан банківської системи України впливають такі фактори: політична нестабільність; війна на сході України; інфляція; економічна дестабілізація. Вище вказані фактори негативно впливають на банківський сектор та на показники діяльності банків. Також до цих факторів можна додати активне втручання НБУ у функціонуванні банківської системи. Політика «оздоровлення» банківської системи, яку проводить НБУ, з одного боку, ліквідація неплатоспроможних банків та банків, які порушували українське законодавство, повинна позитивно вплинути на прозорість банківської системи. З іншого боку, надмірне зменшення кількості банків може призвести до погіршення конкурентного середовища та умов надання банківських продуктів.

Проаналізувавши стан банківської системи у 2021 році можна зробити висновок, що впродовж 2014-2020 рр. можемо спостерігати

тенденцію зменшення кількості банків. Кількість банків за I та II квартал порівняно з 2020 роком не змінилась.

Згідно даних загальних балансових показників, ми можемо спостерігати тенденцію їх збільшення у II кварталі 2021 року порівняно з I кварталом. Так, загальні активи банків зросли за II квартал на 35 млрд. грн. (на 1,6%). Чисті активи банків зросли за II квартал на 56 млрд. грн. (на 3,1%). Це відбулось завдяки зростанню попиту на кредити з боку корпорацій та населення, а також зростанню обсягів коштів українських банків за кордоном. Зростання обсягів чистих кредитів суб'єктам господарювання за II квартал прискорилося до 14,9% порівняно з 5,3% у попередньому кварталі. В річному обчисленні їхній приріст становив 29,8% – це максимальне значення за останні вісім років.

Вищими темпами зростає роздрібне кредитування: обсяги чистих кредитів фізичним особам зросли на 13 млрд. грн. (на 8,3%) за квартал та на 23,8% р/р. Чисті кредити суб'єктам господарювання зросли на 33 млрд. грн. (на 7,5%). Показники якості кредитів поліпшувалися через прискорення кредитування та списання непрацюючих активів.

Зобов'язання банків за II квартал зросли на 4,0%. У цілому за квартал кошти НБУ зросли на 21,1%, водночас у червні вони дещо скоротилися через рішення НБУ про поступове згортання довгострокового рефінансування.

Обсяги гривневих коштів фізичних осіб продовжували зростати (на 5,5% за квартал та на 18,0% р/р). Приріст був забезпечений коштами на вимогу, строкові кошти за II квартал майже не зросли. Обсяги гривневих коштів суб'єктів господарювання зросли на 4,8% за квартал та на 34,9% р/р.

У другому кварталі прибуток сектору був у 2,5 рази більшим, ніж у відповідному періоді 2020 року. Рентабельність капіталу зросла до 29% порівняно з 23% торік. Це відбулося за рахунок таких двох факторів: швидкого зростання операційних доходів та істотного скорочення відрахувань до резервів. Чистий процентний та чистий комісійний доходи зростали темпами близько 40% завдяки здешевленню вартості ресурсів, відновленню споживчого кредитування та зростанню обсягів безготівкових операцій із населенням.

Аналізуючи фінансові результати банківського сектору України, можна зробити висновок, що чисті процентні доходи у II кварталі 2021 року зросли порівняно з I кварталом на 2,7 млрд. грн. (на 10,6%). Також збільшилися чисті комісійні доходи на 1,5 млрд. грн. (на 12,1%), це відбулось завдяки зростанню безготівкових платежів та

попиту на товари тривалого використання. Загалом, за перше півріччя 2021 року прибуток банківського сектору був більш як на чверть вищим, якщо порівнювати за відповідний період минулого року і становив 31 млрд грн.

Після проведеного дослідження, на підставі даних, які представив НБУ, можна зробити висновок, що банківська система України адаптувались до тих умов, які спричинила пандемія COVID-19, тобто вона є прибутковою. Ресурсна база та кредитні портфелі банків зростають. Наразі банківським установам потрібно створювати позитивний імідж, застосовувати інновації, впроваджувати продуктивні стратегії розвитку. Завдяки діям Національного банку України було не допущено негативного впливу коронакризи на банківську систему. Стабільне функціонування банківської системи, означає стабільне функціонування економіки в цілому.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Кононенко В.Є., магістрант

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.О. Євдокімова**
Державний біотехнологічний університет

Дебіторська заборгованість, являється складовою оборотного капіталу і представляє собою вимоги до фізичних чи юридичних осіб щодо оплати товарів, продукції, послуг. Збільшення дебіторської заборгованості означає вилучення коштів з обороту, що вимагає додаткового фінансування. Найбільш питому вагу займає дебіторська заборгованість за відвантажену продукцію. Тому управління дебіторською заборгованістю на підприємстві пов'язано з оптимізацією і забезпеченням інкасації дебіторської заборгованості по розрахунках за реалізовану продукцію.

Система управління дебіторською заборгованістю являє собою частину загального управління оборотними активами та маркетингової політики підприємства, що спрямована на розширення обсягу реалізації продукції та полягає в оптимізації розміру цієї заборгованості та забезпеченні своєчасної її оплати [1].

В сучасних умовах господарювання менеджменту підприємства доцільно впроваджувати такі економічні заходи, як реструктуризація

або рефінансування дебіторської заборгованості, що дозволить прискорити процес її погашення.

У процесі управління дебіторською заборгованістю одним із головних етапів розглядають процес її реструктуризації. Необхідність реструктуризації товарної дебіторської заборгованості може виникнути при виявленні симптомів легкої кризи, пов'язаної із зниженням рівня абсолютної платоспроможності, виникненням постійної потреби у залученні додаткових позикових коштів для здійснення поточних платежів, у разі проведення внутрішньої фінансової санації підприємства-постачальника в час загрози банкрутства. Потреба у зміні структури та обсягу товарної дебіторської заборгованості виникає внаслідок виявлення негативних змін у поточній платоспроможності підприємства-постачальника. Якщо розглядати заходи щодо підвищення ліквідності дебіторської заборгованості, тоді доцільно застосовувати рефінансування дебіторської заборгованості.

Рефінансування дебіторської заборгованості являє собою систему фінансових операцій, які забезпечують прискорену трансформацію дебіторської заборгованості у грошові активи. Серед основних форм рефінансування дебіторської заборгованості мають місце факторинг, форфейтинг та облік векселів [2].

Факторинг являє собою фінансову операцію, під час якої підприємство-продавець передає право отримання грошей за платіжними документами за відвантажену продукцію банку. Переваги факторингу наступні: гарантована відсутність імобілізації оборотних коштів у дебіторську заборгованість; відсутність застави; прискорення оборотності коштів; розширення клієнтської бази; поліпшення ділового іміджу та платоспроможності через можливість проведення своєчасних розрахунків зі своїми кредиторами [3].

Форфейтинг являє собою фінансову оперативність по експортному товарному кредиту шляхом передачі переказного векселя на користь банку зі сплатою комісійної винагороди. В результаті форфейтування заборгованість покупця за товарним кредитом трансформується в заборгованість фінансову, на користь банку. Форфейтинг використовується при здійсненні довгострокових експортних поставок і дозволяє експортеру негайно отримати грошові кошти шляхом обліку векселів. По суті форфейтинг об'єднує елементи факторинга і обліку векселів. В Україні розвиток форфейтингу обмежується його високою вартістю для суб'єктів господарювання та високою ризикованістю для покупця-форфейтора.

Облік векселя являє собою фінансову операцію з продажу векселя банку або іншому фінансовому інституту чи суб'єкту господарювання за визначеною ціною, яка встановлюється залежно від їх номіналу, строку погашень та облікової вексельної ставки. Зазначена операція може бути здійснена тільки щодо переказного векселя.

Застосування вищезазначених методів рефінансування дебіторської заборгованості дасть можливість перевести її в інші, ліквідні форми оборотних активів, такі як, гроші, короткострокові фінансові вкладення, що в свою чергу, сприятиме підвищенню фінансової стійкості підприємства.

Інформаційні джерела:

1. Момот Т.В. Фінансовий менеджмен. – К. : ЦУЛ, 2011. – 712 с.
2. Блащак Л.М. Шляхи до раціонального управління дебіторською заборгованістю / *Науковий вісник «Львівської політехніки»*. 2009. №1. С. 157-159.
3. Ружицький А.В., Томчишин О.О. Використання сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості для підвищення рівня економічної безпеки підприємства / *Науковий вісник «Львівської політехніки»*. 2011. №4. С. 411-415.

ОСОБЛИВІСТІ АНАЛІЗУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Король Є.Я., гр. ООмаг-1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Велієва**

Державний біотехнологічний університет

В даний час вітчизняні підприємства опиняються в ситуації, коли на тлі складної політичної ситуації в країні спостерігаються негативні тенденції в економіці: зниження ділової активності, зниження конкурентоспроможності, зниження інвестицій та зниження інвестиційної привабливості підприємств, погіршення фінансового стану .

Результатом впливу низки негативних факторів є зниження прибутковості та рентабельності бізнесу, збитки або навіть припинення діяльності. Водночас дохідна частина бюджету падає на державному рівні через скорочення податкових надходжень, що зменшує рівень витратів. Прибуткова діяльність господарств має не тільки економічне, а й соціальне значення, як на рівні окремого підприємства, так і на рівні держави в цілому.

Оцінкою фінансового результату діяльності підприємства є його прибутковість.

М. Ф. Огічук визначає прибутковість як вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки) від ефективності, що характеризує ефективність економічних систем (компаній, територій, національної економіки). Науковець визначає прибутковість відношенням результату (ефекту) до витрат [2].

Аналіз прибутковості підприємства – це низка її кількісних та якісних характеристик, які лежать в основі прийняття адміністративних рішень та дозволяють оцінити ефективність роботи, а також визначення прибутку та резервів прибутковості підприємства та його впровадження у виробництво. Розмір прибутку господарства залежить від встановленої методики визначення фінансового результату, витрат виробництва (товарів, робіт, послуг), загальних витрат, адміністративних витрат та витрат на маркетинг. Таким чином, прибуток є важливим показником, який є якісною характеристикою рентабельності та використання всіх наявних ресурсів.

У свою чергу, Ю. А. Долгоруков розуміє рентабельність як відносний показник інтенсивності виробництва, що характеризує амортизацію (рентабельність) відповідних складових виробничого процесу або загальні витрати підприємства [1].

Існує кілька видів показників рентабельності: рентабельність (амортизація) витрат на виробництво та інвестиційні проекти; рентабельність продажу; рентабельність капіталу та його частин. Усі ці показники розраховуються на основі прибутку (балансового, прибутку від реалізації, чистого прибутку).

Показники рентабельності є одними з найбільш мінливих за змістом і тлумачаться неоднозначно. Тому аналітик повинен розглянути: який алгоритм розрахунку показників; Який показник прибутку використовується для розрахунку, чи відповідає цей вибір економічним зв'язкам між чисельником та знаменником дробу тощо. Останнім етапом аналізу рентабельності є розрахунок резервів для збільшення прибутку та рентабельності.

Особливістю аналізу прибутковості та рентабельності є те, що він досліджує фактори, які пов'язані з виробництвом, де прибуток створюється, і з обігом, де він реалізується.

Основними завданнями аналізу є:

- Оцінка структури, виконання плану та динаміка прибутку;
- Оцінка впливу факторів на зміну прибутку;
- Оцінка впливу факторів на зміну рентабельності;
- Визначення резервів зростання прибутку та рентабельності та розробка заходів щодо використання виявлених резервів.

Для того, щоб забезпечити прибуток від усієї діяльності підприємства, необхідно здійснювати правильне управління прибутком. Тільки при своєчасному реагуванні на негативні відхилення в роботі підприємства можна отримати прибуток. Досягнення достатньої рентабельності підприємства є результатом розробки та реалізації відповідної стратегії розвитку компанії та її своєчасного пристосування до потреб підприємства та ринку.

Основними джерелами збільшення резервів є: підвищення обсягів реалізації продукції, зниження собівартості продукції, збільшення цін реалізації при одночасному поліпшенні якості продукції.

Інформаційні джерела:

1. Долгоруков Ю. А. Управління ефективністю використання обігових коштів у промисловості. Фінанси України. 2006. № 11. С. 103–105;
2. Огітчук М.Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення. Економіка АПК. 2009. № 6. С. 31–45.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ЇЇ АНАЛІЗ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Курганська М.Г., гр. ООmag1-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Велісва В.О.**

Державний біотехнологічний університет

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки від підприємства очікується ряд чинників, що сприяли б його фінансовій стійкості, а саме: підвищення ефективності виробництва, забезпечення конкурентоспроможності продукції шляхом освоєння та впровадження сучасних технік та технологій, застосування ефективних форм господарювання та управління виробництвом. Для досягнення поставлених задач необхідно проводити фінансовий аналіз господарської діяльності підприємств, досліджувати та правильно управляти фінансовою стійкістю. За допомогою цього аналізу можна розробляти стратегію і тактику подальшого розвитку підприємства, обґрунтовувати майбутні плани та управлінські рішення, здійснювати контроль за їх виконанням, виявляти резерви підвищення ефективності виробництва та оцінюються окремі та загальні результати діяльності підприємства та його підрозділів.

Складність поняття фінансової стійкості полягає у великій кількості існуючих варіантів її тлумачення, при цьому в кожному з них підтверджується важливість фінансової стійкості для ефективної

діяльності підприємства, тому кожен суб'єкт господарської діяльності, повинен визначитись, щодо головних аспектів фінансової стійкості та раціонально ними управляти [1, с.187]. Ми погоджуємось з думкою Грабовецького Б. Є., що фінансова стійкість - це надійно гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіра кредиторів і інвесторів та рівень залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечив самофінансування [2, с.216].

Тож, фінансова стійкість підприємства передбачає такий стан фінансових ресурсів, за раціонального розпорядження якими гарантується наявність власних коштів, стабільна продуктивність і забезпечується процес розширеного відтворення. Для оцінки рівня фінансової стійкості використовують такі показники: коефіцієнт фінансової незалежності; коефіцієнт фінансової залежності; коефіцієнт концентрації позичкового капіталу; коефіцієнт концентрації поточної заборгованості; коефіцієнт фінансової стійкості; коефіцієнт фінансового левериджу; коефіцієнт забезпечення запасів власним капіталом; коефіцієнт маневреності оборотних активів; коефіцієнт маневреності власного капіталу; коефіцієнт маневреності позичкового капіталу [2, с. 216].

Основними завданнями аналізу рівня фінансової стійкості підприємства є: аналіз складу і розміщення активів підприємства; дослідження динаміки і структури джерел фінансування; визначення рівня забезпечення власними оборотними коштами; аналіз кредиторської та дебіторської заборгованості; оцінка рівня платоспроможності [3, с. 241]. Аналіз складу і розміщення активів господарського суб'єкта проводиться на основі таблиці порівняльно-аналітичного балансу за статтями активів за допомогою методів вертикального (структурного) та горизонтального (динамічного) аналізу. Досягнення стійкого фінансового стану можливе за достатності власного капіталу, при ефективному використанні активів, достатньому рівні рентабельності з урахуванням операційного і фінансового ризиків, при достатній ліквідності, стабільних доходах і широких можливостях залучення позикових коштів[4]. Для забезпечення фінансової стійкості у підприємства має бути гнучка структура капіталу, вміння організувати його рух у такий спосіб, щоб забезпечити постійне перевищення доходів над витратами з метою збереження платоспроможності і створення умов для самофінансування [5, с. 65].

Отже, можна зробити висновок, що в практиці аналізу фінансової стійкості використовують головним чином відносні показники – коефіцієнти, які можна порівнювати: із загальноприйнятими «нормами» для оцінки ступеня ризику і

прогнозування можливості банкрутства; з аналогічними даними інших підприємств, що допоможе визначити сильні та слабкі сторони діяльності та можливості; з даними за попередні роки для дослідження тенденцій поліпшення або погіршення. У процесі аналізу фінансової стійкості підприємства необхідно проаналізувати дебіторську заборгованість, встановити її склад і структуру за термінами виникнення. На фінансову стійкість підприємства впливає не сама по собі наявність дебіторської заборгованості, а її розмір, рух і форма. Застосування такої методики аналізу та системи показників фінансової стійкості дозволить обґрунтовувати застосування обліково - аналітичних процедур і способів аналізу, проводити порівняльну оцінку рівня фінансової незалежності підприємств, що сприятиме раціональній побудові функціональної системи взаємозв'язків із проведення аналізу, підвищенню його якості й ефективності.

Інформаційні джерела:

1. Пігуль Н. Г., Клименко А. В. Пігуль Є. І. Аналіз фінансової стійкості підприємств України. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 1(12). С. 186-190.
2. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз: нав. Посібник. К.: Центр учбової літератури. 2009. 256 с.
3. Слободян, Н. Г. Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах: методологія і практика. *Економічний аналіз*. 2014. Том 18. № 2. С. 239-245
4. Біла О.Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. *Фінанси України*. 2015. № 4. С. 113.
5. Борецька Н. П., Міщенко К. В. Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 20. С. 63–66.

МОНІТОРИНГ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЇЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Курдоглянець М.О., гр. Ф-28

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**
Державний біотехнологічний університет

Проведення в Україні макроекономічних перетворень без адекватної перебудови механізмів управління підприємствами призвело до виникнення в процесі проведення реформ значної кількості збиткових і низькодохідних підприємств. Механізм банкрутства таких підприємств в більшості випадків неефективний, фактично орієнтований

на ліквідацію підприємств, а в умовах фінансової кризи є неприйнятним в силу можливого посилення соціальних наслідків.

Аналіз причин виникнення кризових процесів в економіці, які безпосередньо впливають на фінансову стійкість підприємств, дав змогу класифікувати їх, за рівнем впливу на зовнішні і внутрішні.

До зовнішніх факторів можна віднести, такі як, фактори глобалізації світового розвитку; соціально-економічні фактори розвитку країни; ринкові фактори та ін. До внутрішніх - управлінські; фінансово-податкові; виробничі та ін. Вважаємо, що фактори зовнішнього середовища вимагають спеціальних ринкових досліджень. При цьому з метою керованості вони повинні піддаватися формальній оцінці. Управління внутрішніми факторами має ґрунтуватися на сучасних інструментах антикризового управління підприємством.

Таким чином, антикризове управління повинно являти собою комплексну модель управління, що включає вбудовану систему моніторингу зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства в цілому і його структурних елементів і своєчасного запобігання ризиків з метою нейтралізації або пом'якшення кризових ситуацій.

При цьому, моніторинг змін стану окремих елементів системи управління підприємства і його фінансової стійкості має на меті діагностику, передбачення кризових тенденцій. В той же час, система управління ризиками включає наступні етапи:

- 1) виявлення причин виникнення ризикових ситуацій;
- 2) детальне дослідження факторів, що впливають на ризик, і їх ранжування;
- 3) оцінка ступеня ризику;
- 4) ранжування ймовірності виникнення ризиків, їх ступеня впливу або можливих наслідків;
- 5) вибір методів і способів нейтралізації або мінімізації ризиків;
- 6) прийняття управлінського рішення про коригування оперативних або тактичних інструментів управління (а при необхідності – зміна стратегії розвитку бізнесу);
- 7) застосування вибраних методів;
- 8) контроль і оцінка результативності реалізації обраних методів.

Таким чином, метою системи моніторингу фінансової стійкості підприємств є своєчасне забезпечення антикризового функціонування підприємств. Вважаємо, система моніторингу покликана мотивувати прийняття рішень структурами управлінських усіх рівнів щодо ефективного функціонування і сприяти у виборі механізмів антикризового управління і методів підвищення фінансової стійкості.

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

Ластович А.В., гр. ФЗ-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **О.П. Близнюк**

Державний біотехнологічний університет

Необхідність застосування системного підходу на макро- та мікрорівнях управління спричинена ускладненням процесів, що відбуваються у зовнішньому середовищі та внутрішній структурі об'єктів управління, це викликано також чинниками посилення конкурентної боротьби, швидким темпом зростання обсягу інформації, необхідністю забезпечення фінансово-економічної безпеки, політичними, соціально-економічними, екологічними, інфраструктурними та іншими проблемами суспільства. Кардинальні зміни в підходах до управління інвестиційною діяльністю також обумовлені євроінтеграційними напрямками розвитку національної економіки, глобалізацією світової торгівлі, необхідністю підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств торгівлі у зв'язку з їх виходом на міжнародні ринки.

Будь-яке торговельне підприємство, що здійснює інвестиційну та інші види фінансово-господарської діяльності, зацікавлене в створенні ефективної та налагодженої внутрішньогосподарської організації системи управління, де усі складові елементи такої системи діють як одне ціле, у взаємозв'язку і взаємозалежності згідно із стратегічними напрямками соціально-економічного розвитку підприємства, мають особливу єдність і зворотні зв'язки із зовнішнім середовищем, у сукупності створюючи синергетичний ефект.

Концептуальна модель управління інвестиційною діяльністю підприємства торгівлі ґрунтується на взаємозалежній сукупності системних елементів, що беруть участь в управлінні підприємством, їх багатовекторних та різноаспектних зв'язках із зовнішнім середовищем та внутрішніми об'єктами управління, базується на ієрархії рівнів управління, декомпозиції стратегій (корпоративній, конкурентній, функціональній, операційній), які підпорядковано єдиній стратегічній місії підприємства.

Структуризацію та систематизацію сукупності елементів системи управління інвестиційною діяльністю підприємства торгівлі, на нашу думку, доцільно розглядати у ланцюгу взаємозалежних причинно-наслідкових зв'язків між множинними об'єктами на ієрархічних щаблях управління.

На стратегічному рівні системи управління відбувається усвідомлення місії, концепції, стратегічної мети, визначення ключових суб'єктів інвестиційної діяльності (держави, місцевої влади, юридичних та фізичних осіб (резидентів і нерезидентів); інвестиційних об'єктів (реальних, фінансових, інноваційних, інтелектуальних, соціальних, екологічних, інформаційних, інфраструктурних, маркетингових, безпекових); загальносистемних та специфічних принципів і підходів до управління інвестиційною діяльністю підприємства торгівлі;

Тактичний рівень управління характеризується виокремленням функціональної і процесної складових, обґрунтуванням тактичних цілей та визначенням функцій управління (прогнозування, планування, обґрунтування формування інвестиційного портфелю, організація, координація, регулювання, стимулювання, моніторинг, контроль, облік, аналіз, оцінка); методів управління (інвестування, самофінансування, кредитування, розподіл, страхування, компаундування (нарощення), дисконтування грошових потоків, диверсифікація, оптимізація, капіталізація); інструментів управління (відсоток, дисконт, курс, індекс, ануїтет, дивіденд, дохід, податок, прибуток, витрати, амортизація); елементів забезпечення процесу управління (правового, нормативного, організаційно-методичного, інформаційного); систематизацією критеріїв та індикаторів ефективності управління (соціально-економічний розвиток, зростання інвестиційного потенціалу, мінімізація ризиків, максимізація рентабельності, підвищення капіталізації, ринкової вартості, конкурентоспроможності тощо); визначенням показників оцінки ефективності управління (дохідності, рентабельності (збитковості), ділової активності, ліквідності, окупності, стійкості, стабільності, платоспроможності, рівня інвестиційних ризиків тощо);

На оперативному рівні відбувається моніторинг реалізації інвестиційної програми; оперативний, фундаментальний та комплексний аналіз і контроль; експрес- та інтегральна оцінка інвестиційної привабливості окремих реальних і фінансових проєктів, ефективності управління інвестиційною діяльністю підприємства торгівлі в цілому; коригування вектору інвестиційної траєкторії за різних можливих сценаріїв (оптимістичного, реалістичного, песимістичного) на послідовних етапах реалізації інвестиційних проєктів (передінвестиційному; інвестиційному; експлуатаційному).

Така комплексна концептуальна модель дозволяє менеджерам сформулювати цілісне бачення складної системи і динамічного процесу управління інвестиційною діяльністю підприємства торгівлі, забезпечує прийняття обґрунтованих стратегічних, тактичних і оперативних управлінських рішень в поточному та довгостроковому періодах.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ

Малихіна Д.В., ФБСС магістрант

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.О. Євдокімова**

Державний біотехнологічний університет

Розвиток новітніх технологій не залишив осторонь і систему розрахунків. Сьогодні кожен банк у своїй діяльності використовує електронні платежі. Для суб'єктів господарювання безготівкові розрахунки є дуже зручними, не потрібно займатись накопиченням паперових грошей, зводиться до мінімуму ризик втрати грошей, підвищується довіра партнерів один до одного. Використання безготівкових розрахунків призводить до прискорення розрахункових операцій та руху грошових коштів. Крім того, при безготівкових розрахунках грошова маса акумулюється в банках і створюються умови для контролю за їх цільовим використанням. В першу чергу, це стосується розширення розрахунків за допомогою банківських платіжних карток.

Останнім часом все ширшого використання набувають такі форми розрахунків як розрахунки за допомогою пластикових карток, електронні перекази. Загальна кількість платіжних карток в Україні станом на 01 січня 2020 року зросла на 16 %, якщо порівняти з початком 2019 року, та становила 68,9 млн шт. Майже дві третини від цієї кількості – це активні платіжні картки (42,2 млн. шт. або 61,2%). Станом на 01.01.2019р. вітчизняні системи переказу коштів включають: 8 систем, створених банками; 12 систем, створених небанківськими установами; 8 внутрішньобанківських систем переказу. З використанням систем переказу коштів, створених банками та небанківськими установами-резидентами переказано у межах України -150 490 млн грн (5 539 млн дол. США в еквіваленті), в Україну - 222 мли дол. США в еквіваленті, за межі України - 2 млн дол. США в еквіваленті [1]. Ці форми суттєво спрощують механізм оформлення проведення оплати розрахунків. Оскільки для здійснення перерахування грошей вони не вимагають присутності уповноваженої особи від підприємства в банку, а це заощаджує час на переїзди до установи банку. Основна перевага цих форм безготівкових розрахунків – значне прискорення здійснення самих розрахункових операцій.

Одним із найважливіших шляхів удосконалення організації безготівкових розрахунків є побудова Єдиної національної системи банківських карток, така система повинна сприяти збільшенню обсягів

безготівкових розрахунків в Україні та акумулюванню фінансових ресурсів по всій території України. Створення ефективної системи безготівкових розрахунків має принципове значення для з'ясування організаційно-правової бази, а також правових положень, які б регулювали систему безготівкових розрахунків і максимально сприяли прискоренню обороту грошових коштів. Основні шляхи удосконалення та вирішення проблем розвитку безготівкових розрахунків є: збільшення довіри з боку населення до банківської системи, що була втрачена через фінансово економічну кризу; запровадження страхування ризиків власників платіжних карток від несанкціонованого втручання та непередбаченого використання [2].

Важливим аспектом є внесення змін до діяльності банків у сфері безготівкових розрахунків, важливо примусити банківські установи на законодавчому рівні організовувати безготівкові розрахунки, таким чином, щоб стимулювати людей до того, щоб вони використовували даний тип розрахунків. Обов'язково потрібно створити спеціальні умови для того, щоб заохотити торговців встановлювати термінали. Створення державного фонду допомоги також є необхідною умовою для тих підприємців, хто має бажання встановити у власній торговельній точці обладнання, щоб здійснювати безготівкові розрахунки. Перш за все потрібно провести заходи з організації електронної торгівлі в Україні, основою яких повинна стати розробка та формування правової бази з проведення торговельних операцій з використанням мережі Інтернет [3].

Безготівкові форми розрахунків мають ряд значних проблем, які потребують вирішення. Це, недосконала нормативно-правова база, недостатній рівень розвитку інфраструктури, висока собівартість операцій тощо. Так як безготівковий обіг досить вигідно застосовувати в державних цілях, то такі його недоліки необхідно усунути якнайшвидше. Адже саме використання готівки у багатьох галузях економіки є сприяючим фактором подальшого поширення тінізації економіки. НБУ має подбати про те, щоб використання безготівкових форм розрахунків було фінансово вигідним для населення та установ, які займаються продажем товарів та наданням послуг.

Інформаційні джерела:

1. Євдокімова М.О. Особливості функціонування та проблемні питання розвитку платіжної системи України. *Науково-практичний журнал «Науковий погляд: економіка та управління»* Випуск №3 (69). 2020. С. 97-103.
2. Костюнік О.В., Побережна В.В. Шляхи удосконалення безготівкових грошових коштів підприємств в Україні /Агросвіт. № 4. 2017. С. 53-56.
3. Костюнік О.В., Побережна В.В. Основні проблеми організації безготівкових грошових коштів в Україні/Агросвіт. № 9. 2016. С.51-55.

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Марченко А.М., гр. ФБСС М-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.С. Міщенко**

Державний біотехнологічний університет

Податкові платежі становлять левову частку в фінансових потоках організацій. Найчастіше від грамотного, професійного рішення, прийнятого з урахуванням податкових наслідків, залежить діяльність підприємства, можливості його зростання і розвитку.

Саме тому корпоративний податковий менеджмент виконує одну з найважливіших функцій управління підприємством, так як його результати є навіть важливішими фінансового менеджменту для прийняття управлінських рішень.

На сьогоднішній день вести бізнес, не прорахувавши, скільки принесе прибутку та чи інша угода і скільки буде потрібно при цьому сплатити податків, практично неможливо. Ця значимість виражається і в конкретних сумах, які сплачуються до державного бюджету.

Податкові платежі, охоплюючи всю господарську діяльність підприємств, входячи в усі елементи, що визначають склад ціни, впливають на ефективність виробництва, а також є найважливішим фактором при прийнятті управлінських рішень.

Однак, в даний час відсутні точні трактування поняття корпоративного податкового менеджменту і глибокі теоретичні аспекти його концептуальних питань. Більшість вчених-економістів ототожнюють поняття податкового менеджменту з податковим плануванням, що не зовсім є невірним. Так, наприклад, деякі автори визначають податкове планування як законний спосіб обходу податків з використанням наданих законом пільг і прийомів скорочення податкових зобов'язань [1].

Деякі автори не розкривають суті поняття податкового менеджменту, а лише вказують на його мету і визначають його основні завдання, звужуючи рамки податкового менеджменту мінімізацією витрат, пов'язаних з податковими платежами підприємства.

На основі вищевикладених позицій пропонуємо наступне трактування досліджуваного поняття: «Корпоративний податковий менеджмент – це сукупність економічних відносин, що виникають у господарюючого суб'єкта в процесі здійснення ним законних дій зі зміни та підтримці розміру своїх податкових платежів з метою підвищення ефективності своєї фінансово-господарської діяльності та забезпечення інтересів держави» [2].

Організація корпоративного податкового менеджменту в широкому сенсі – це сукупність організаційних форм і методів податкового планування, податкової оптимізації та податкового самоконтролю; у вузькому – це підготовка і створення умов для оптимізації податкових потоків. Для організації управління податковими потоками на підприємствах використовується організаційна структура фінансового менеджменту.

На рівні підприємства такі функціональні елементи корпоративного податкового менеджменту, як податкове планування, податкове регулювання та податковий контроль, нерозривно пов'язані і відбуваються як єдиний процес, внаслідок чого складається враження, що на підприємстві має місце тільки податкове планування, хоча податкове регулювання та контроль зберігають свою відносну самостійність в складі корпоративного податкового менеджменту.

Корпоративне податкове планування являє собою інтеграційний процес, що полягає в упорядкуванні фінансово-господарської діяльності відповідно до чинного законодавства і стратегією розвитку підприємства.

Цей процес можна також визначити як попередній розгляд, оцінка рішень в області фінансово-господарської діяльності організації з урахуванням величини можливих податкових платежів і вибір з них найкращих рішень з позицій цільових установок організації. Таке трактування корпоративного податкового планування передбачає, що будь-яке рішення, наприклад, інвестування коштів, реорганізація підприємства має бути оцінене з урахуванням податкових наслідків.

Податкове планування, як і будь-яку управлінську діяльність, можна представити у вигляді системи, що включає оперативний, тактичний і стратегічний елементи, в залежності від яких видозмінюються заходи з планування податків.

Інформаційні джерела:

1. Богоділова М.Є., Іщенко Т.М. Основи податкового менеджменту: навчальний посібник для самостійного вивчення. Київ, 2018. 41 с.
2. Горюх О.В., Скоромна О.Ю., Міщенко В.С. Податковий менеджмент в Україні: проблеми та перспективи розвитку. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії Запоріжжя, 2018. № 5 (17). – С. 76–81. – URL: <http://e-visnyk.dniprodis.in.ua/journals/5-17-2018/5-17-2018.pdf#page=76> (дата звернення: 06.10.2021).

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Матвієнко С. В., магістрант

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Л.О. Вдовенко**

Вінницький національний аграрний університет

В сучасних умовах трансформаційних змін в економіці перед підприємствами ставиться важливе завдання – забезпечення стійкого та стабільного ефективного їх функціонування.

Управління фінансовою стійкістю підприємства є одним з найбільш значимих функціональних напрямів системи фінансового менеджменту, який досить тісно пов'язаний з іншими системами управління, органічно входить до системи управління доходами та витратами, рухом активів, капіталу і грошових потоків, управління структурою капіталу, показниками ліквідності та платоспроможності, ділової активності, рентабельності, іншими аспектами його діяльності.

Умовою стійкого розвитку підприємства в цілому є його ефективна господарська діяльність, спрямована на забезпечення стабільності, розвитку й досягнення визначених цілей. Безперечно, управління фінансовою стійкістю підприємства насамперед пов'язане з управлінням капіталом підприємства, проте принцип системності, котрий широко використовується в ході здійснення фінансового аналізу, управління фінансовою стійкістю підприємства поєднує в собі і управлінням доходами та витратами, і рухом активів, і управління грошових потоків та іншими аспектами діяльності підприємства [1].

В науковій літературі поняття «стійкість» ототожнюється з такими поняттями, як «сталість» (незмінність, постійність) та «стабільність» (забезпечення сталості). Фінансова стійкість сучасних економічних систем постає як неоднозначна та багатofакторна фінансово-економічна категорія. Розглядати її зазвичай вважається найбільш об'єктивним з різних позицій, передусім як базисне поняття в управлінні підприємством. Переважно фінансова стійкість взаємопов'язаним чином зіставляється із сукупним ресурсним потенціалом підприємства, але таке ґрунтовне дослідження фінансової стійкості потребує чіткого й однозначного категоріального апарату для розкриття цього різновекторного поняття. Незаперечним є той факт, що фінансова стійкість підприємства є базисом функціонування економічних систем за умов нестабільності економічних процесів, невизначеності та динамічності економічного середовища. Щодо визначення економічної природи такого поняття, як фінансова

стійкість, то існує безліч точок зору, що мають або спільні риси, або суттєві відмінності [1, с.247].

Фінансова стійкість підприємства є якісною характеристикою його фінансового стану і характеризується як здатність підприємства ефективно функціонувати та розвиватися, відзначається достатнім рівнем забезпеченості фінансовими ресурсами та ефективністю управління ними, що забезпечує його платоспроможність, прибутковість та рентабельність [2].

Ефективне управління фінансовою стійкістю дає змогу підприємству адаптуватися до умов зовнішнього середовища та контролювати ступінь його незалежності від зовнішніх джерел фінансування. Для цього необхідна побудова механізму забезпечення фінансової стійкості підприємства з метою організації ефективної системи взаємодії всіх елементів, які беруть участь у процесі управління фінансовою стійкістю підприємства. Механізм забезпечення фінансової стійкості слід визначити як систему форм, методів, прийомів, важелів, норм і нормативів, а також нормативно-правового, інформаційного, програмно-технічного та кадрового забезпечення, за допомогою яких на підприємстві досягається такий стан фінансових ресурсів, їх формування, розподілу та використання, що дозволяє підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику [3, с. 26-31].

Перспективним напрямом в управлінні фінансово-економічною діяльністю підприємств є розробка процесу управління їх фінансовою стійкістю, який би забезпечував прийняття оперативних та стратегічних управлінських фінансових рішень. Його сутність можна визначити як систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, які на основі діагностики фактичного стану фінансової стійкості, визначення чинників, що дестабілізують стійкість розвитку та оцінки індикаторів фінансово стійкого розвитку, дозволяють привести у відповідність цілі та завдання діяльності підприємства до умов внутрішнього і зовнішнього середовища, забезпечити збалансованість між необхідним обсягом фінансових потреб і фактичним фінансово-ресурсним потенціалом на певній стадії та фазі життєвого циклу підприємства.

Таким чином, забезпечення фінансової стійкості в довгостроковій перспективі залежить від впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на діяльність підприємств, від можливостей сприяння ефективному управлінню фінансовою безпекою задля протистояння загрозам здійснення підприємницької діяльності.

Інформаційні джерела:

1. Косарева І.П., Удовика С.М. Удосконалення системи управління фінансовою стійкістю підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 23. 2018. С.246-251.
2. Косарева І.П., Бут А.С. Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 4 (44), Економічні науки. С. 678-682.
3. Притуляк Н. М. Ознаки фінансової стійкості – теоретична основа моделювання факторних систем. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 1. С. 26-31.

СТРУКТУРА СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ : СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Мацяка В.І., 61-ФБС маг.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Марценюк**
Вінницький національний аграрний університет

Продуктивна праця людини, її прагнення до покращення якості свого життя, добробуту, покращення соціального статусу були і є одним з головних чинників суспільного прогресу. Побудова пенсійної системи, яка відповідає вимогам ринкової економіки є одним з найбільш важливих завдань, яке необхідно вирішити в соціальній сфері країни. З кожним роком здатність солідарної системи забезпечувати гідний розмір пенсії громадян погіршується [2].

Нинішня пенсійна система в Україні стикається з важливими соціальними та фінансовими викликами, які потребують термінового вирішення, оскільки ці виклики з часом лише посиляться. Україна формує класичну тривірневу пенсійну систему. Третій рівень створено у вигляді добровільного недержавного забезпечення за пенсійними схемами з певними внесками. Його основу становлять недержавні пенсійні фонди (НПФ), діяльність яких у країні поки що не можна назвати активною [4].

Зважаючи на чисельність пенсіонерів в Україні, можна зазначити, що протягом останніх років вона зменшується і станом на 01.01.2021 вона становила 11,1 млн осіб (що на 0,8 млн осіб менше ніж у 2017 році). У той час, як загальний обсяг видатків Пенсійного фонду України за останні 5 років зріс майже у 1,5 раза. Не дивлячись на досить значний обсяг видатків Пенсійного фонду на виплату пенсій, середній розмір пенсійної виплати становить 3 507,5 грн станом на 01.01.2021, що значно нижчий порівняно з іншими країнами Європи.

Слід зауважити, що 57% пенсіонерів, на жаль, отримують у середньому пенсію у розмірі близько 2 500 гривень [3].

Доходи Пенсійного фонду України в січні-березні 2021 року становили 116,6 млрд.грн. при витратах 124,1 млрд.грн. Дефіцит Пенсійного фонду в січні-березні 221 року становить 7,5 млрд грн.

Сьогодні в Україні близько 80% пенсіонерів отримують пенсії до 4 тисяч гривень, що, певна річ, не може вповні забезпечити їх потреби. Зрозуміло, що на допомогу літнім батькам приходять діти, часом інші родичі. Утім, в умовах соціально–економічної кризи й вони не завжди спроможні це робити. Тож нинішні пенсіонери мають покладатися на діючу солідарну систему, сподіваючись на поліпшення економічної ситуації та зростання зарплат, а отже, й виплат до Пенсійного фонду, що дозволить збільшити розмір виплат. Однак, з огляду на темпи вітчизняної економіки, сподівання такі марні.

Статистика свідчить, що на одного пенсіонера сьогодні припадає лише один працівник, який регулярно сплачує внески до Пенсійного фонду України. В Україні проживають 26 млн. громадян віком від 18 до 60 років, а страхові пенсійні внески до 1 жовтня 2017 року сплачували лише за 10,5 млн. осіб, та ще за 1,5 млн. сплачує держава. Станом на 01.11.2017 року кількість застрахованих осіб становила 12 971,3 тис. осіб. Отже, тільки за 75% зайнятого населення роботодавці та держава сплачують внески, а 25%, а це близько чотирьох мільйонів осіб працездатного віку, не сплачує ЄСВ [3].

Враховуючи світовий позитивний досвід, можна з упевненістю стверджувати, що активізація діяльності системи недержавних пенсійних фондів та накопичувального пенсійного фонду стане суттєвим джерелом інвестиційних ресурсів в економіку України та сприятиме забезпеченню її фінансової безпеки.

Концепція пенсійного забезпечення, яка передбачає поступовий перехід від трирівневої системи пенсійного забезпечення до дворівневої, сприятиме формуванню високоефективної фінансово збалансованої пенсійної системи, яка буде стимулювати пенсіонерів до здійснення пенсійних заощаджень, а роботодавців – до збільшення пенсійних відрахувань. Крім того, це дозволить накопичити додаткові інвестиційні ресурси для стабільного розвитку економіки, збільшення розміру пенсій, сприятиме формуванню нової парадигми забезпечення національних фінансових інтересів.

Інформаційні джерела:

1. Марценюк О.В. Державне регулювання страхового ринку України із врахуванням світових тенденцій. *Italy's scientific journal «Annali d'Italia»*. Florence. Italy. 2020. №6. Частина 2. С.43-49

2. Озвенчук О.А. Марценюк – Розарьонова О.В. Стан та перспективи розвитку недержавного пенсійного страхування в Україні. *Електронне наукове фахове видання «Державне управління : удосконалення та розвиток»*. №10. 2018р. URL : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1319>

3. Офіційний веб-сайт Пенсійного фонду України. [Електронний ресурс] URL: Режим доступу: <http://www.pfu.gov.ua>

4. Офіційний веб-сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <https://nfp.gov.ua>

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ І ТРЕНДИ

Мединська Т.В., канд. екон. наук, доц.

Боляк І.В., бакалавр

Львівський торговельно-економічний університет

Фінансове планування на підприємстві полягає у визначенні фінансових цілей, плануванні майбутньої діяльності підприємства, що буде сприяти подальшому економічному зростанні даного підприємства.

Водночас фінансовий план підприємства важливо сприймати не як догму, а прогноз, який при зміні зовнішніх і внутрішніх умов повинен піддаватися корегуванню. Своєчасне корегування плану і вжиття антикризових заходів є важливою передумовою ефективного управління фінансами. Щоб фінансовий план став інструментом управління фінансами, на думку науковців, необхідно його розглядати одночасно як самостійний план доходів і витрат (бюджет) підприємства і основну складову плану економічного і соціального розвитку підприємства [1, с. 69; 71].

За допомогою фінансового планування підприємство вирішує такі конкретні питання: які грошові кошти може мати підприємство у своєму розпорядженні; які джерела їх надходження; чи достатньо способів для виконання певних завдань; яка частина коштів чекає перерахування до бюджету, позабюджетних фондів, банків та інших кредиторів; як повинен здійснюватися розподіл доходу на підприємстві; як забезпечується реальна збалансованість планових витрат і доходів підприємства на принципах самоокупності та самофінансування.

У сучасних умовах головним інструментом фінансового планування є процес розроблення системи фінансових планів і планових (нормативних) показників щодо забезпечення розвитку підприємства необхідними фінансовими ресурсами та підвищення ефективності його

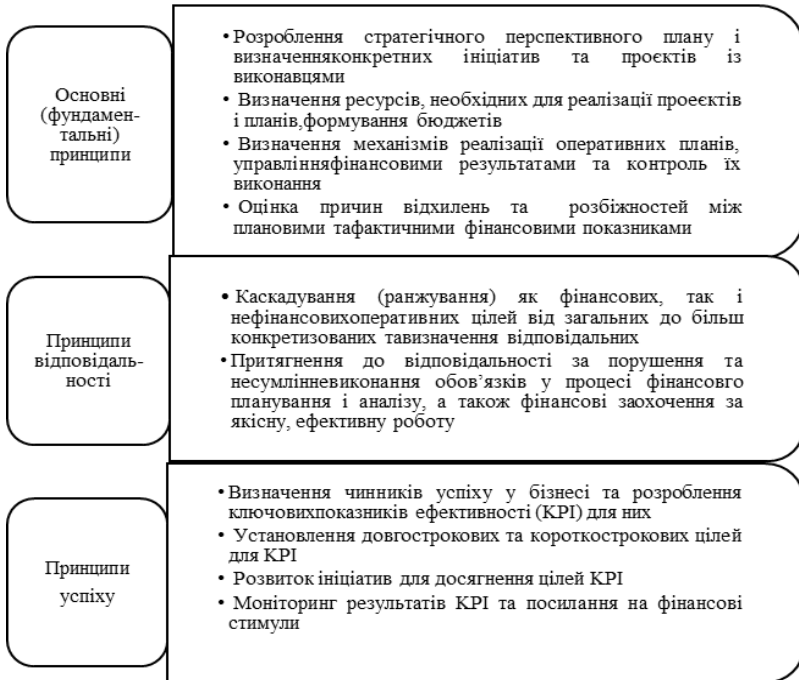


Рисунок 1 – Принципи та етапи побудови процесу фінансового планування і аналізу на підприємстві

фінансової діяльності у майбутньому періоді [2, с. 315].

Як зазначають О. Квасовський та Е. Карапетян, фінансове прогнозування і планування виступає важливим чинником успішної адаптація кластерної моделі до національних умов ведення бізнесової діяльності, бо з їх допомогою можна розробити виважену стратегію фінансування розвитку виробничого кластера на тривалу перспективу, а також конкретизувати тактичні шляхи поетапної реалізації доктрини [3].

На сьогоднішній час фінансове планування вимагає переведення на нові принципи організації. Так, у сучасній світовій практиці фінансового управління прийнято використовувати термін «фінансове планування та аналіз» [4]. Тобто фінансове планування і аналіз – це платформа для прийняття рішень, яка включає звітність та аналіз (оперативну звітність, фінансову звітність, KPI, інформаційні панелі, дисперсійний аналіз), планування та бюджетування (річний операційний план, бюджети, довгострокове планування), прогнозування (прогнози, аналіз тенденцій, прогностична аналітика) та фінансове моделювання

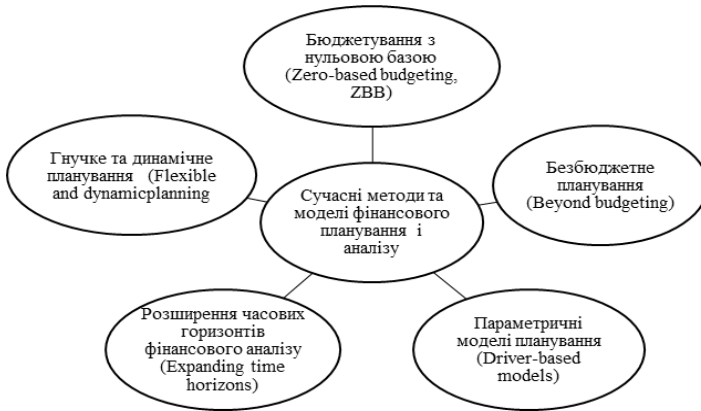


Рисунок 2 – Тренди формування методичного забезпечення фінансового планування на підприємстві [5]

(аналіз сценаріїв). Світовий досвід виділяє такі принципи та етапи побудови процесу фінансового планування і аналізу на підприємстві (рис. 1).

Розглянувши сучасні виклики та тренди фінансового планування можна зробити висновок, що за допомогою фінансового планування можливо досягнути такого рівня управління виробничо-господарською діяльністю підприємства, який забезпечує йому успіх на ринку, постійне вдосконалення матеріальної бази, соціальний розвиток колективу. Жодне із видів планування не може мати для підприємства такого узагальнюючого, глобального значення, бо саме фінанси охоплюють усі без винятку сторони й ділянки його функціонування.

Приділяючи більше уваги фінансовому плануванню, можна досягти зміцнення фінансової стабільності підприємства за умови виконання прогнозованих бюджетом обсягів операційної та інвестиційної діяльності на засадах фінансової стійкості, створення передумов для отримання чистого прибутку, достатнього для самоокупності та самофінансування підприємства.

Інформаційні джерела:

1. Біла О. Г., Мединська Т. В. Роль фінансового плану як інструмента управління фінансами підприємства. Торгівля, комерція, підприємництво, 2011. С. 69-71.

2. Тешева Л.В., Хохлов М.П., Петрова І.М. Роль фінансового планування у сучасних умовах господарювання. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. С. 314–320.

3. Квасовський О., Карапетян Е. Теоретична концептуалізація формування фінансового механізму виробничих кластерів. Світ фінансів. 2014. С. 135-146.

4. Serven L., Krumwiede K. Key Principles of Effective Financial Planning and Analysis. Institute of Management Accountants, 2019. URL: <https://www.bpmpartners.com/wp-content/uploads/2019/09/SMA-Key-Principles-of-Best-Practice-FPA.pdf> (дата звернення: 25.09.2021).

5. Financial planning and analysis: roles and best practices. 2019. URL: <https://www.venasolutions.com/blog/financial-planning-analysis/fpa-roles-best-practices> (дата звернення: 25.09.2021).

ДО ПИТАННЯ ПРО ВИЗНАЧЕННЯ ТИПУ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мерзляков Ф.В., гр. Ф-28

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**

Державний біотехнологічний університет

У сучасних умовах ефективного функціонування і стабільний розвиток підприємства переважно зумовлено їх фінансовою стійкістю.

Позначення межі фінансової стійкості для організацій є проблемним питанням, оскільки результатом недостатньої фінансової стійкості є брак власних оборотних коштів і нездатність повністю і у встановлені терміни відповісти за своїми зобов'язаннями, а надлишкової - неефективність використання власних ресурсів, що обтяжує підприємства зайвими запасами і резервами.

Вивченню різних аспектів фінансової стійкості підприємства присвячені роботи багатьох західних (К. Друрі, К. Хеддервік, Р. Холта і ін.) і вітчизняних (І.А. Бланка, М.Я. Коробова, О. Р. Кривицької, Н.А. Мамонтова, В.Ф. Присяжкова, О.С. Філімоненкова, Ю.С. Цал-Цалко і ін.) вчених-економістів.

Однак, незважаючи на досить велику кількість публікацій по даній проблемі, ще багато питань залишається дискусійними, і серед них – питання класифікації типів фінансової стійкості.

Аналіз існуючих досліджень фінансової стійкості показав, що значна кількість відомих методик виділяє кілька типів фінансової стійкості, які характеризуються співвідношенням запасів та джерел їх фінансування.

При цьому передбачається, що зміна типу фінансової стійкості має на увазі необхідність переходу до інших управлінських дій та прийняття відповідних рішень, згідно даному рівню стійкості.

Вважаємо, за умов антикризового управління фінансовою стійкістю, більш доцільним підхід до класифікації її типів, запропонований Д.Ю.Биковим. Цей підхід ґрунтується на оцінці ступеня можливості досягнення протягом певного періоду часу сукупності неприпустимих (кризових) значень фінансових показників.

Відповідно з цим, послідовність визначення типу фінансової стійкості, має бути такою.

Передусім, діяльність будь-якого підприємства може тривати, поки воно не визнано в установленому порядку неплатоспроможним. В залежності від галузевої приналежності, можна однозначно вказати ті критичні значення основних фінансових коефіцієнтів та інших показників, що характеризують фінансовий стан підприємства, за якими цей стан однозначно ідентифікується як кризовий. Це - якісно особливий стан, одним із основних ознак якого є низька або негативна рентабельність. Діяльність підприємства якщо і триває, то в особливому режимі.

Вважаємо, що основним, визначальним моментом при розгляді фінансової стійкості, слід вважати прогноз зміни фінансового стану. Прогнозуючи розвиток підприємства в майбутньому періоді, перш за все, розглядається можливість опинитися в кризовому стані і ступінь її здійсненності.

Прийнятна оцінка ступеня ризику перейти в стан кризи для кожного підприємця різна (як і способи отримання кількісного вираження такої оцінки). Якщо при поточному поєднанні показників (коефіцієнтів) ця оцінка є непринятною (ступінь ризику занадто великий), то такий фінансовий стан є нестійким.

Розглядаючи наступні, «кращі» поєднання значень фінансових показників, можна вибрати наступну межу стійкості - за прийнятним ступенем можливості опинитися в нестійкому стані. Далі цей процес виділення окремих станів може бути продовжений. Загальна кількість рівнів стійкості доцільно вибрати заздалегідь, орієнтуючись, в тому числі, і на вже відомі методики.

Таким чином, основним принципом класифікації станів за рівнем фінансової стійкості пропонується вибрати оцінку ступеня ризику виникнення кризової ситуації. Залежно від обраного підходу до побудови такої оцінки уточнюється алгоритм її проведення.

ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Мороз О.В., гр. ФБСС – 5М

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Ю. Скоромна**

Державний біотехнологічний університет

Фінансовий стан є результатом взаємодії усіх елементів фінансових відносин, що виникають у підприємства в процесі його господарської діяльності, і характеризується як розміщенням і використанням активів, так і джерелами їх формування. Тому виникає необхідність в систематичному аналізі фінансового стану підприємства, його платоспроможності, ліквідності, рентабельності, майновий стан та фінансова стійкість.

Кожне підприємство намагається досягти стійкого фінансового стану, тобто забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів, що є гарантом своєчасності розрахунків з постачальниками, бюджетом та іншими ланками фінансової системи, подальшого економічного та соціального розвитку підприємства. Тому фінансова діяльність підприємства повинна бути спрямована на забезпечення систематичного надходження та ефективного використання фінансових ресурсів, досягнення оптимального співвідношення власних, позичених і залучених фінансових ресурсів.

Основні завдання аналізу фінансового стану підприємства є:

- 1) аналіз ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- 2) аналіз стану і динаміки ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- 3) аналіз рентабельності підприємства та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- 4) аналіз стану підприємства на фінансовому ринку;
- 5) пошук резервів підвищення рентабельності виробництва.

Щоб фінансовий стан підприємства був на належному рівні, фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів тощо. Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної і фінансової діяльності. Чим вище показники виробництва і реалізації продукції (робіт і послуг), нижче їхня собівартість, тим вище рентабельність і великий прибуток, і тем краще є фінансовий стан підприємства. І навпаки, у результаті недовиконання

плану виробництва і реалізації відбувається збільшення собівартості продукції (робіт, послуг), зменшення виторгу і суми прибутку і, як наслідок – погіршення фінансового стану підприємства і його платоспроможності.

Стійкий фінансовий стан, правильне регулювання фінансів у процесі господарської діяльності, у свою чергу, позитивно впливають на виконання виробничих планів і забезпечення потреб виробництва необхідними ресурсами. На практиці нерідко бувають випадки, коли й у підприємств, що добре працюють, виникають фінансові ускладнення, викликані нераціональним розміщенням і використанням фінансових ресурсів. Саме тому фінансова діяльність, як складова господарської діяльності, спрямована на забезпечення планомірного надходження і витрати грошових ресурсів, виконання розрахункової дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власного і позикового капіталу й ефективного його використання.

Слід підкреслити, що всі показники фінансового стану підприємства перебувають у взаємозв'язку та взаємозумовленості. Тому оцінити реальний фінансовий стан підприємства можна лише на підставі використання певного комплексу показників з урахуванням впливу різних факторів на відповідні показники.

Шляхами покращення фінансового стану підприємства через виявлення прихованих резервів є: здача в оренду основних фондів, які не повною мірою використовуються у робочому процесі; використання зворотного лізингу. Одним з основних напрямів пошуку резервів є зменшення вихідних грошових потоків через зниження собівартості продукції та витрат, джерелом покриття яких є прибуток. На кожному підприємстві, залежно від його особливостей, можуть бути різними набір факторів, які впливають на собівартість.

Отже, покращення фінансового стану підприємства можливе шляхом підвищення результативності розміщення та використання ресурсів підприємства. При цьому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності на основі зростання прибутку й активів, при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності. Задовільний фінансовий стан є найважливішою характеристикою діяльності підприємства, яка відображає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, оцінює якою мірою гарантовані економічні процеси самого підприємства та його партнерів за фінансовими та іншими відносинами.

ФУНКЦІЇ ПРИБУТКУ В БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Нестерик А.Ю., гр. Ф-20 маг
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.О. Нестеренко**
Державний біотехнологічний університет

В сучасних умовах господарювання, метою будь-якої комерційної діяльності є отримання достатнього прибутку, який дозволяє бізнес-моделі підприємства не лише безперешкодно існувати, але й постійно розвиватися як за кількісними показниками, так і за якісними. Як загальновідомо, прибуток є основним показником, що відображає економічну ефективність, яка отримується в результаті діяльності конкретного суб'єкта господарювання. Крім оцінки економічної ефективності, а в сучасних умовах господарювання це може бути і соціальна, і екологічна ефективність, прибуток виконує ще ряд дуже важливих функцій.

Зазвичай, в літературі виокремлюють три основних функції прибутку, а саме: оціночну, стимулюючу, фіскальну [1], деякі автори доповнюють цей перелік контролюючою функцією [2].

Найважливішою функцією прибутку в бізнес-моделі є оціночна функція. Зміст оціночної функції полягає в здатності прибутку характеризувати ефект, отриманий в ході господарської діяльності. Проте, при оцінці ефективності бізнес-моделі, необхідно враховувати, що прибуток не є універсальним показником, при плануванні господарської діяльності управлінським персоналом використовується система показників (відносних і абсолютних), які впливають на прибуток, як на ефект, і, відповідно оцінювати їх необхідно в взаємозв'язку. Оціночна функція прибутку проявляється в тому, що він є кінцевим фінансовим результатом, на динаміку якого впливають як залежні від діяльності підприємства та особливостей його бізнес-моделі, так і не залежні фактори (політичні, ринкові, інфляційні). Обсяг прибутку дозволяє оцінити зростання або зниження ефективності господарської діяльності, успіх або невдачу в підприємницькій діяльності, досягнення цілей бізнес-моделі.

В той же час лише обсяг прибутку не дозволяє в достатній мірі оцінити ефективність реалізації бізнес-моделі, в процесі управління необхідно проводити постійно співставлення вкладених і витрачених на це коштів, відношення отриманого прибутку до авансованих і витрачених на виробництво продукції засобів, трудових ресурсів тощо.

Стимулююча функція прибутку полягає в тому, що збільшення обсягу отриманого прибутку в бізнес-моделі дозволяє проводити

операційну та фінансову діяльність більш раціонально та ефективно задля отримання більших обсягів прибутку, розширення обсягів діяльності, удосконалення матеріально-технічного забезпечення виробництва, мобілізації внутрішніх резервів. При реалізації стимулюючої функції, прибуток виступає так званим «ядром» взаємоузгодження інтересів соціума, суб'єкта господарювання і окремих працівників, залучених до реалізації бізнес-моделі. Тобто, чим краще реалізується стимулююча функція прибутку, тим більше коштів є для фінансування розширеного відтворення, соціального розвитку і матеріального заохочення учасників господарської діяльності. Управління прибутком виступає в якості базового напрямку фінансової політики і ставить своїм завданням максимізацію доходів за наявними джерелами фінансових результатів з одночасним розширенням загальної номенклатури цих джерел.

Фіскальна функція характеризується тим, що прибуток є одним із основних джерел формування бюджетів різних рівнів, позабюджетних фондів, шляхом сплати податків суб'єктами господарювання. Ці кошти в подальшому використовуються державою в якості джерела фінансування для виконання державою своїх основних функцій, для задоволення суспільних потреб, на здійснення державних виробничих, інвестиційних, соціальних, екологічних та наукових програм.

Контролююча функція є близькою до оціночної, лише реалізується не в кінці виробничого циклу, а на всіх його етапах. Вона покликана забезпечити аналіз і оцінку ефективності в процесі реалізації складових бізнес-моделі. Управлінський персонал повинен постійно проводити аналіз прибутковості бізнес-моделі в взаємозв'язку з впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, тобто контролювати її перспективність і рентабельність та вносити необхідні правки в фінансовий та виробничий план.

Таким чином, можна стверджувати про велику значимість функцій прибутку в бізнес-моделі суб'єкта господарювання, оскільки вони мають визначальний вплив на її ефективність.

Інформаційні джерела:

1. Мурашко О. В., Думенков В. В. Формування і розподіл прибутку на підприємстві. Науковий вісник УМО «Економіка та управління». 2016. Вип. 1. Серія: Економіка та управління. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvumo_2016_1_4/

2. Тюрина А. Понятие прибыли, ее функции. URL: <https://marketing.wikireading.ru/2523>.

ПРИНЦИПИ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Остапенко В.Д., гр. ФЗ-18

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**

Державний біотехнологічний університет

Високий рівень готовності підприємства до кризових ситуацій є гарантом збереження його життєздатності, утримання конкурентних позицій на ринку та здатність підприємства адаптуватися до умов зовнішнього середовища.

Рішення даної проблеми неможливо без дієвої антикризової стратегії, ефективність якої багато в чому залежить від дотримання певних принципів, що охоплюють весь процес управління.

На основі вивчення наукових досліджень вчених-економістів нами узагальнені принципи формування антикризової стратегії підприємства, основними з яких є:

- принцип комплексності, який обумовлює необхідність системного мислення, розробку антикризових рішень в усіх напрямках діяльності підприємства та видів ресурсів, необхідних для забезпечення його безперервної діяльності;

- принцип системності, який потребує необхідності врахування змін, що відбуваються в системах, пов'язаних з підприємством, оскільки саме це буде сприяти сталому розвитку суб'єкту господарювання в цілому;

- принцип об'єктивності, який передбачає необхідність врахування сутності кризи, механізмів виникнення і поглиблення кризових явищ, орієнтацію управлінського впливу як на зовнішні прояви кризи, так і на першопричини виникнення кризових явищ з метою їх локалізації або усунення;

- принцип оптимальності, згідно якого оптимізується методичний інструментарій діагностики загрози банкрутства підприємства, оптимальне співвідношення оперативних, тактичних і профілактичних антикризових заходів з урахуванням стадії кризи, ймовірного терміну виникнення ситуації банкрутства, причин і факторів, що зумовили появу кризових явищ;

- принцип своєчасності, який позначає, що можливість виникнення кризи повинна діагностуватися на самих ранніх стадіях з метою своєчасного використання можливостей її нейтралізації;

- принцип законності, який передбачає знання і використання в інтересах підприємства правових основ, що регламентують здійснення діяльності, впровадження та розгляду справи про банкрутство,

обумовлюють можливості фінансового оздоровлення і санації підприємств, вибору джерел фінансування та інш.;

- принцип альтернативності, який обумовлює наявність різних варіантів антикризового розвитку підприємства на будь-якому з етапів свого існування. Як наслідок – необхідність розробки декількох варіантів можливих антикризових процедур та оцінки результативності та витратності альтернативних антикризових проєктів. Необхідність розробки альтернативних заходів обумовлюється як можливою нерезультативністю прийнятих заходів, так і ймовірністю змін у зовнішньому середовищі підприємства, його внутрішньому потенціалі, завдань власників, внаслідок чого розроблений варіант антикризових дій буде визнаний недоцільним;

- принцип гнучкості, який обумовлюється специфікою підприємства, відповідно якої може уточнюватися зміст і інструментарій антикризового управління на кожному етапі реалізації, з урахуванням коригувань, в залежності від пріоритетності та важливості завдань;

- принцип збалансованості, який передбачає формування оптимальної комбінації чинників-індикаторів підвищення кризостійкості підприємства для кожного рівня агресивності зовнішнього середовища з метою попередження і подолання кризових ситуацій та мінімізації їх негативних наслідків;

- принцип реалістичності, який передбачає, в процесі оцінки можливості подолання кризи, необхідність враховувати об'єктивну реальність.

Вважаємо, дотримання означених принципів забезпечить ефективність управлінських заходів, націлених на запобігання, подолання кризи і відновлення функціонування підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ В УКРАЇНІ

Пилипенко М.С., гр. Ф-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.С. Андрищенко**
Державний біотехнологічний університет

Фінансовий моніторинг – сукупність заходів, що вживаються суб'єктами фінансового моніторингу у сфері запобігання та протидії, що включають проведення державного фінансового моніторингу та первинного фінансового моніторингу.

До квітня 2020 р. порядок фінансового моніторингу регламентував Закон України «Про запобігання та протидію легалізації

(відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» від 14.10.2014 р. № 1702-VII, проте у 2020 р. вступив в дію новий законодавчий акт № 361-IX прийнятий 06.12.2019 р., а систему фінмоніторингу реформовано. Основні напрями реформування фінмоніторингу полягають у наступному:

1. Підвищення порогової суми фінмоніторингу до 400 тис. грн проти 150 тис. грн;

2. Зменшення кількості ознак до 4 проти 17, які вимагають фінмоніторингу:

✓ зарахування або переказ коштів, надання або отримання кредиту (позики), здійснення інших фінансових операцій у разі, якщо хоча б один з учасників фінансової операції або банк такого учасника знаходиться в Ірані або Північній Кореї (країни, які не виконують рекомендації FATF);

✓ фінансові операції з публічними діячами;

✓ фінансові операції із переказу коштів за кордон, в т. ч., до держав, віднесених Кабінетом Міністрів України до офшорних зон;

✓ фінансові операції з готівкою (внесення, переказ, отримання коштів);

3. Ризик-орієнтований підхід на основі відповідних критеріїв ризику, зокрема, пов'язані з його клієнтами, географічним розташуванням держави реєстрації клієнта або установи, через яку він здійснює передачу (отримання) активів, видом товарів та послуг, що клієнт отримує від суб'єкта первинного фінансового моніторингу, способом надання (отримання) послуг.

4. Запровадження механізму належної перевірки, що включає:

✓ ідентифікацію та верифікацію клієнта;

✓ встановлення кінцевого бенефіціарного власника клієнта;

✓ встановлення мети та характеру майбутніх ділових відносин або проведення фінансової операції;

✓ проведення на постійній основі моніторингу ділових відносин та фінансових операцій клієнта, що здійснюються у процесі таких відносин, щодо відповідності таких фінансових операцій наявній у СПФМ інформації про клієнта, його діяльність та ризик (у тому числі, в разі необхідності, про джерело коштів, пов'язаних з фінансовими операціями);

✓ забезпечення актуальності отриманих та існуючих документів, даних та інформації про клієнта.

5. Нові підходи до роботи з публічними діячами не залежно від будь-якого строку.

6. Нові вимоги до процедури переказу коштів. У разі здійснення переказів, що перевищують 30 тис. грн, або здійснення переказів за межі України, такі перекази повинні супроводжуватися інформацією про платника (ініціатора переказу) та отримувача переказу коштів:

✓ якщо фізична особа – прізвище, ім'я та по батькові; номер рахунка, з якого списуються кошти, а в разі відсутності рахунка – унікальний обліковий номер фінансової операції;

✓ якщо юридична особа – повне найменування, номер рахунка, з якого списуються кошти, а в разі відсутності рахунка – унікальний обліковий номер фінансової операції.

Новації також присутні за напрямами процедури «замороження» активів, відповідальності за порушення фінансового моніторингу. Законом передбачено 14 порушень, за які можуть бути накладені штрафи – від 51 000,00 грн (3 тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян) до 1 700 000,00 грн. Розрахунок суми штрафу в разі вчинення двох і більше видів порушень здійснюється шляхом додавання розмірів штрафів за кожен вид порушення.

При цьому максимальна сума штрафу обмежена:

1) для СПФМ, які є фінансовими установами – 10 відсотків загального річного обороту, але не більше 135 150 000,00 грн;

2) для інших СПФМ – дворазового обсягу вигоди, отриманої СПФМ в результаті вчинення порушення, а якщо сума такої вигоди не може бути визначена, – 27 030 000,00 грн.

Підсумовуючи вищевикладені зміни, варто зазначити, що Законом № 361-IX значно удосконалено законодавство у сфері фінансового моніторингу, його адаптовано до міжнародного законодавства та вимог щодо запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним чи нелегальним шляхом.

ОСНОВНІ МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ

Попов В.П., гр. Ф-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.О. Ставерська**

Державний біотехнологічний університет

Оптимізація структури капіталу – це таке співвідношення між власним і позиковим капіталом, при якому забезпечується найбільш

ефективна пропорційність між доходністю та фінансовою стійкістю підприємства.

Існує ряд об'єктивних і суб'єктивних факторів, використання яких дає можливість цілеспрямовано формувати структуру капіталу, яка б забезпечила умови найбільш ефективного його використання підприємством. Серед них можливо виділити:

- галузеві особливості діяльності підприємства, які визначають структуру активів та їх ліквідність;

- рівень ділової активності підприємства (при зменшенні періоду тривалості операційного циклу більше можливостей для використання залученого капіталу);

- стадія життєвого циклу підприємства (оцінка продовження діяльності підприємства у майбутньому базується на одній із фундаментальних концепцій діяльності підприємства: «те, що було справедливим для підприємства у минулому, буде справедливим і в майбутньому, якщо не має доказів зворотного». А отже, виявляючи тенденцію минулих років, можна вважати, що вона одержить подальший розвиток до тих пір, доки не знайдуться свідчення, які вказуватимуть на необхідність іншої інтерпретації подій та обставин. Підприємство, яке перебуває на ранній стадії життєвого циклу і випускає конкурентоспроможну продукцію, може фінансувати свою діяльність переважно позиковим капіталом, на стадії зрілості – більшою мірою власним капіталом.

- кон'юнктура товарного і фінансового ринків. Чим вона стабільніша, тим використання позикового капіталу є безпечнішим. При зворотній ситуації спостерігаємо падіння обсягів реалізації продукції, що зумовлює зменшення залучення позикового капіталу;

- високий рівень доходності діяльності дає можливість підприємству за рахунок капіталізації одержаного прибутку скоротити використання позикового капіталу.

З урахуванням цих факторів політика структури капіталу зводиться до визначення оптимальної для підприємства пропорції між використанням власного і позикового капіталу.

Основними методичними підходами до вирішення завдання оптимізації структури капіталу є:

- управління величиною ефекту фінансового левериджу;
- формування політики фінансування активів з урахуванням вартості, ризиків та термінів залучення капіталу;
- мінімальної вартості залучення капіталу.

Фінансовий леверидж – це використання підприємством позикового капіталу, яке впливає на зміну доходності власного

капіталу і дає йому можливість одержати додатковий прибуток на власний капітал, один із основних механізмів реалізації такого завдання фінансового менеджменту, як максимізація рівня рентабельності при заданому рівні фінансового ризику. Ефектом фінансового левериджу є показник, який відображає рівень додатково генерованого прибутку власним капіталом при різній структурі залучення позикового капіталу. Позитивний ефект фінансового левериджу виникає у випадках, коли позиковий капітал, який отримано під фіксований відсоток, використовується підприємством у процесі діяльності таким чином, що приносить більш високий прибуток, ніж фінансові витрати, тобто доходність сукупного капіталу вища за середньозважену ціну позикових ресурсів.

Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівню фінансового ризику та термінів залучення капіталу пов'язана з вибором більш дешевих джерел фінансування активів підприємства. Відповідно до призначення активи підприємства з урахуванням часу поділяють на три групи:

- необоротні активи;
- постійна частина оборотних активів;
- змінна частина оборотних активів.

При цьому підприємства можуть застосовувати три різних підходи до фінансування різних груп активів за рахунок капіталу, а саме:

- консервативний, який передбачає використання власного капіталу і довгострокових зобов'язань для формування необоротних активів та половини змінної частини оборотних активів;

- агресивний підхід спрямований на використання власного капіталу та довгострокових зобов'язань лише для фінансування необоротних активів. Оборотні активи у повному обсязі формуються за рахунок короткострокових зобов'язань;

- компромісний підхід передбачає фінансування необоротних активів та постійної частини оборотних активів за рахунок власного капіталу та довгострокових зобов'язань. При цьому змінна частина оборотних активів фінансується короткостроковими зобов'язаннями.

ВАЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Романашенко М.О., гр. МН 21-1м
Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **М.А. Крутько**
Державний біотехнологічний університет

Українська інвестиційна система знаходиться не в найкращому стані через політичну ситуацію в країні та постійні процеси перерозподілу сфер впливу. Через це достатньо важко забезпечити розвиток інноваційно-інвестиційних процесів, як складової організаційно-економічної системи на рівні держави, а також надати можливість цій системі поширюватися й ефективно працювати в умовах нестабільності ринку України.

Українське законодавство не має визначення поняттям «інноваційний процес» та «інвестиційний процес». Потрібно зазначити, що сутність інноваційно-інвестиційного процесу досліджує незначна частина економістів, перевагу у вивченні надають інноваційно-інвестиційній діяльності. При цьому, одні науковці ототожнюють ці два поняття, інші вважають, що вони мають різний зміст. Проте, і серед останніх немає єдиної думки: одні тяжіють до того, що процес є складовою частиною діяльності, інші – навпаки. Однак зазвичай вчені дають тлумачення інноваційного та інвестиційного процесів окремо один від одного, не поєднуючи їх в одне визначення, уточнюючи, що інноваційно-інвестиційний процес – це поєднання тією чи іншою мірою двох згаданих раніше понять.

На основі проведеного аналізу праць вчених та нормативно-правової бази ми вважаємо, що інноваційно-інвестиційний процес – це процес здійснення практичних дій, які направлені на впровадження результатів наукових досліджень та розробок і випуск на ринки збуту нових конкурентних товарів, робіт і послуг шляхом реалізації інвестицій [1].

Необхідність проведення аналізу інвестиційного та інноваційного розвитку України підкріплюється необхідністю встановлення динаміки ефективності інвестування в інновації, рівня інноваційної активності підприємств, результативності науково-дослідної діяльності, джерел інвестування інноваційної діяльності, які є фундаментом для прийняття організаційно-економічних та фінансово-інвестиційних рішень. Результатами таких дій є регулювання вектору розвитку інноваційно-інвестиційних процесів, усунення, за необхідності, розбіжностей, що виникають між плановими та фактичними показниками ефективності впровадження інноваційно-інвестиційної діяльності та створення

фінансових, трудових і матеріально-технічних резервів для їх своєчасного використання.

Проаналізувавши досвід країн з розвинутою ринковою економікою, можна сказати, що внаслідок провадження активної інноваційної діяльності та практичної реалізації науково-технічних розробок, імплантації інновацій в господарську практику, ці країни є більш конкурентоздатними. Основою збільшення інноваційного потенціалу є ефективні механізми керування розробкою та використанням інновацій та інноваційних технологій. Формуючи політику впровадження інноваційних розробок варто враховувати як власний минулий досвід, так і «перемоги» та «невдачі» країн-сусідів та новітню парадигму вектору міжнародних інноваційних потоків

Сьогодні інвестиції виступають в якості гаранту виходу з економічної кризи, зростання показників технічного прогресу, структурних зрушень в народному господарстві, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного продукту на міжнародному ринку. Також за рахунок впровадження у процес виробництва інноваційних науково-технічних досягнень, забезпечується зростання валового національного продукту, доходів на душу населення, продуктивності праці, а також подолання багатьох інших гострих соціальних проблем. Без інвестицій підприємство будь-якої форми власності приречене на банкрутство.

Інформаційні джерела:

1. Крутько М.А., Романашенко М.О., Романашенко І.О. Роль інноваційно-інвестиційних процесів в аграрному секторі економіки України. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». Вип. №1 (118). 2021. С. 24-28.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТ

Руденко П.С., Мошніна К.С., гр. ФН18- 66
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

Питання майбутнього цифрових валют і на сьогоднішній день залишається підґрунтям для дискусій у сфері бізнесу та у колах багатьох науковців. Пройшло більше 10 років від виникнення першої криптовалюти у світі, річ йде про Bitcoin. Незважаючи на дуже вагомі зміни у ціні, по популярності Bitcoin залишається на першому місці, хоча Currencys.com [1] повідомляє, що на теперішній час в обороті

знаходиться більше 7800 криптовалют. Вони різняться по наступним аспектам: тип, використання та цінність. Первісна вартість криптовалют – це вартість витраченої електроенергії. Другорядна вартість визначає попит на цю криптовалюту. Біткоїн має високу цінність, оскільки він корисний як форма грошей, має їх характеристику, та виконує аналогічні функції.

Криптовалюта – різновид цифрової валюти, емісія та облік якої виконується децентралізованою платіжною системою повністю в автоматичному режимі (без можливості внутрішнього або зовнішнього адміністрування) [2].

Перші спогади про криптовалюту як абсолютно нову альтернативну систему розрахунків закріплені у 1998 році за японцем Вей Дайем [3]. Однією з головних переваг цієї валюти є те, що вона захищена від інфляції, оскільки процедура емісії запрограмована саме на зменшення кількості віртуальної валюти в обороті. Також великим плюсом для інвесторів є те, що на курс криптовалют не впливають політичні умови, або діяльність Центральних банків країн. Курс таких валют залежить виключно від попиту та пропозиції на неї. Кількість передових компаній що приймають біткоїн, з кожним днем зростає. Серед таких компаній «CNN», «The New York Times», «Overstock», «AirBaltic» [1]. Питання розвитку біткойнової індустрії набуло особливої актуальності у 2017 році, який став рекордним по показникам зростання біржових котирувань на цифрові монети. На фоні глобальної ідеалізації цього фінансового феномену достатньо вникнути в деякі нюанси та буде легко зрозуміти, що крім переваг, біткоїн має й очевидні недоліки, серед яких [4, с. 346]:

- проблеми, зв'язані з відсутністю законодавчих норм в області регулювання криптовалют;
- високий рівень криміналізації;
- вивози системного характеру;
- труднощі освоєння користувачами основних принципів роботи з криптовалютою.

Для звичайних користувачів головною проблемою є прив'язка до одного електронного гаманця, та у разі втрати доступу до нього, всі зароблені біткоїни неможливо буде отримати.

Біткоїн є втіленням нових технологій та ідей, та не має на сьогоднішній день таких же масштабних аналогів, адже більшість світових компаній приймають саме біткоїн, зараз на багатьох сайтах можна сплатити покупки біткойном, наприклад: замовити їжу з ресторану, придбати квитки на літак або потяг, сплатити номер в готелі, а до недавнього часу можна було придбати автомобіль марки

Tesla, розрахувавшись біткоінами, але на даний момент засновник компанії Tesla Ілон Маск призупинив прийом біткоіна в якості оплати, він пояснив це тим, що при отриманні біткоіна наноситься шкода навколишньому середовищу. Використання біткоіна в компанії відновиться, коли при його використанні будуть використані більш «зелені» джерела енергії. Тому біткоін справедливо називають першою успішною криптовалютою. Хтоб що не казав, але через деякий час, криптовалюта стане невід'ємною частиною життя людей, а також світової платіжної системи. Але для цього потрібно вирішити масу технологічних, юридичних та економічних нюансів. До недавня в Україні було заборонено використання біткоіну, оскільки, за визначенням НБУ вони не мають ніякого забезпечення та не контролюється державними органами, але нещодавно було прийнято закон щодо урегулювання віртуальних активів [5], яким було визначено поняття про віртуальні активи, сферу його застосування, правовий режим, учасників ринку, а також їх права та обов'язки.

Інформаційні джерела:

1. Currency.com. URL: https://currency.com/ru/...cpc&utm_source
2. Криптовалюта. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
3. Ліхачов М. Скромна чарівність біткоіна: українські реалії використання крипто валют. Forbes Україна. URL: <http://forbes.ua/ru>
4. Руденко Е. О., Красова Е. В. Возможности и перспективы развития криптовалют. Международный студенческий научный вестник, 2018. № 4–3. С. 45–50.
5. Проект закону України Про віртуальні активи від 09.06.2020 р. №3637. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/Novyny/213503.html>

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ВАЛЮТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Савченко Б.М., здоб. ВО

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**
Державний біотехнологічний університет

Валютний ринок є невід'ємною частиною міжнародної валютної системи. Розвиток у країні повноцінного валютного ринку та його ефективне регулювання є необхідною передумовою формування відкритої ринкової економіки з усіма необхідними засобами для стимулювання роботи економічних агентів у зовнішній сфері. Важливу роль у цьому процесі відіграє механізм розвитку уряду та ефективного

здійснення центральною банком комплексної грошово - кредитної політики, яка включає всі необхідні інструменти впливу на валютні відносини та один із найважливіших елементів загальної системи заходи щодо підтримки макроекономічної та фінансової стабільності.

Тому валютний ринок та його регулювання займають провідне місце в економічній політиці держави. Залежно від мети валютне регулювання може стимулювати або гальмувати економічний розвиток країни і відповідно впливати на становище окремих філій, філій та компаній, а також на становище держави на світовому ринку. Зміни в економіці країни та її міжнародне становище впливають на розвиток валютних відносин і відповідно коригують монетарну політику, що проводиться в країні. Тому питання ефективного розвитку валютного ринку та його регулювання Національним банком України сьогодні стають особливо актуальними і потребують подальших досліджень.

Дослідженню сутності валютного ринку, особливостей його становлення та розвитку присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема, методологічні основи аналізу соціально-економічної природи валютних ринків представлені у працях вітчизняних економістів: Т. П. Вахненко, О. В. Дзюблюка, І.І. Дяконової, Ф. О. Журавки, В. В. Коваленка, І. Г. Лук'яненка, С.О. Маслова, В. І. Міщенко.

Валютний ринок у більш широкому розумінні (за своїм економічним змістом) можна розглядати як серію економічних відносин, що виникають внаслідок проведення операцій з розпорядження іноземною валютою, а також із 13 операцій, пов'язаних з рухом валютного капіталу. У вузькому (організаційному) сенсі валютні ринки розглядаються як ряд специфічних інститутів та механізмів, які у своїй взаємодії пропонують можливість здійснення валютних операцій з урахуванням поточної ситуації на ринку.

Кожен ринок, природно, має такі невід'ємні властивості, як об'єкти купівлі - продажу та учасники ринку. Термін "об'єкти купівлі - продажу" на валютному ринку включає іноземні валюти, а також кредитні та фінансові інструменти, деноміновані в іноземній валюті. Крім того, слід пам'ятати, що попит і пропозиція на валютному ринку мають таку особливість, що об'єктом та інструментом купівлі - продажу тут є гроші різних національностей. Отже, попит на іноземну валюту - це також пропозиція місцевої валюти, а пропозиція іноземної валюти - це також попит на місцеву валюту. Однак, коли ми говоримо про національні валютні ринки, під попитом розуміється попит на іноземну валюту як бажання купити певну суму, а пропозиція - пропозиція іноземної валюти як бажання продати певну суму.

Таким чином, поняття валютного ринку як економічної категорії є синонімом інших типів ринків, але його специфіка є предметом торгівлі, тобто валютою та валютними цінностями, а також ціною, вираженою курсом обміну, що під впливом кон'юнктури ринку. На валютному ринку інтереси продавців і покупців валютних цінностей врівноважуються співвідношенням між попитом та пропозицією.

Сьогодні валютний ринок є однією з найважливіших форм забезпечення світових економічних відносин, він по суті виконує функції міжнародної валютної системи та сприяє міжнародним інвестиціям та торгівлі. Зараз він обслуговує не тільки експортерів та імпортерів, а й величезні міжнародні потоки капіталу, починаючи від ланцюжка окремих національних фінансових центрів та закінчуючи єдиним інтегрованим міжнародним ринком, який відіграє набагато важливішу роль у функціонуванні національної економіки та в усіх аспектах суспільства.

Інформаційні джерела:

1. Чирка Д. Валютні операції як основа валютного ринку // Економічний аналіз. – 2018. С. 125-133.

2. Щербакова О. Валютна політика Національного банку України // Вісник Національного банку України., С. 6-9.

3. Береславська О. Актуальні проблеми курсової політики України // Вісник Національного банку України. – 2020. С. 16-20.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сизонова Т.Р., Пікалов О.О., гр. ФН18- 66
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

Кредитоспроможність підприємства є вагомим критерієм у формуванні кредитних відносин між комерційним банком і позичальником. Недосконалість методики оцінювання кредитоспроможності може знизити ефективність кредитної діяльності як для банку, через збільшення ризиків неповернення боргу, так і для підприємства, через обмеженість доступу до кредитних ресурсів.

Позикові фінансові ресурси є вагомим та необхідним джерелом формування капіталу суб'єктів підприємництва [1]. Позикові фінансові ресурси характеризуються значним позитивним впливом на зростання

фінансового потенціалу, розширення обсягів діяльності підприємства та зростання рентабельності власного капіталу[5].

Для реалізації власної кредитної політики кожен банк розроблює внутрішнє положення про порядок оцінки фінансового стану юридичної особи, в якому враховує основні фінансові показники, обґрунтовує і визначає методику врахування додаткових, суб'єктивних показників в оцінці кредитоспроможності позичальників, необхідних для мінімізації кредитних ризиків від неповернення боргу через неплатоспроможність позичальників [3, 4].

У практиці оцінки кредитоспроможності позичальників в Україні реалізується уніфікований підхід щодо формування інтегрального показника фінансового стану позичальника із застосуванням дискримінаційних моделей. Інтегральний показник фінансового стану позичальника – юридичної особи обчислюється в результаті зважування визначеної комбінації фінансових коефіцієнтів [2]. Клас позичальника – юридичної особи визначається залежно від значення інтегрального показника за останній звітний період.

Таким чином, методика направлена на аналіз фінансових показників, які в більшості сільськогосподарських підприємств не задовільнятимуть вимогам банків (низька ліквідність, тривалий операційний цикл, нестабільність грошових потоків). Тому до методики оцінки кредитоспроможності сільськогосподарських позичальників доцільно було б включати оцінку їх виробничого потенціалу, що є вагомим через високу капіталомісткість виробничого процесу, відсутність можливості гнучкого використання поточних активів, тривалого операційного циклу тощо.

Також особливістю методики є орієнтація на проведення ретроспективного аналізу фінансово-господарської діяльності позичальника на підставі фінансової звітності підприємства і не враховування такого показника, як очікуваний грошовий потік.

Також при оцінці сільськогосподарських позичальників доцільно більше враховувати нефінансову інформацію - рівень менеджменту, досвід керівника, його ділову репутацію, кредитну історію підприємства тощо.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на вдосконалення методики оцінки кредитоспроможності позичальників, яка б враховувала додаткові критерії оцінки, такі як галузеві особливості, нефінансові (якісні) чинники, а також оцінювання майбутньої кредитоспроможності позичальника, що розширило би можливості доступу сільськогосподарським підприємствам до зовнішніх джерел фінансування.

Інформаційні джерела:

1. Близнюк О.П., Іванюта О.М. Тенденції використання позикових фінансових ресурсів у діяльності торговельних підприємств України та методичні аспекти їх планування в довгостроковому періоді. *Бізнес Інформ*, 2015. №9. С.337-346. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_9_55
2. Малій О.Г. Використання багатофакторного дискримінантного аналізу в процесі оцінювання кредитоспроможності. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип.185. С.259-268.
3. Постанова Правління НБУ “Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями” від 30.06.2016 № 351. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#n33>.
4. Постанова Правління НБУ “Про затвердження Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах” від 11.06.2018 № 64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0064500-18>.
5. Управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі в умовах невизначеності: кол. монографія / за ред. А. С. Крутової. –Х. : Видавець Іванченко І. С., 2017. 264 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ

Скидан В.Л., гр. ФБСС-4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В. С. Міщенко**
Державний біотехнологічний університет

На сьогоднішній день необхідно якісно оновити методики вирішення проблеми неефективного управління обов'язковим пенсійним страхуванням. В даний час в Україні відбувається безліч економічних потрясінь, що не може не спричинити за собою різні несприятливі наслідки, тяжкість яких найбільш відчувається категорією громадян з фіксованим доходом.

Проблема вдосконалення пенсійної системи досить актуальна в наш час, так як дуже часто в різних джерелах інформації ми можемо помітити, що більшість громадян незадоволені поточним станом сфери пенсійного страхування.

Пенсійний фонд України є одним з найбільших і найбільш значущих соціальних інститутів. З бюджету Пенсійного фонду здійснюються виплати щомісячних допомог і пенсій громадянам, які не мають можливості самостійно і на достатньому рівні забезпечити своє проживання.

Основою функціонування державної пенсійної системи є ряд принципів:

1. Єдність державного пенсійного страхування;
2. Загальність;
3. Обов'язковість для всіх страхувальників сплати страхових внесків;
4. Державна гарантія для всіх застрахованих;
5. Солідарність матеріальних зобов'язань (між поколіннями, галузями економіки, територіями, окремими організаціями та громадянами);
6. Автономність бюджету пенсійної системи від державного бюджету;
7. Підтримка рівня життя пенсіонерів (осучаснення пенсій шляхом збереження купівельної спроможності нарахованої пенсії протягом усього періоду життя);
8. Еквівалентність страхових платежів і пенсійних виплат;
9. Залежність розміру пенсії від трудового вкладу працівника (тривалості трудового стажу та розміру заробітної плати) при призначенні пенсії;
10. Цільове використання страхових внесків;
11. Зворотність пенсійних платежів;

Найголовнішим принципом пенсійного страхування є підтримка стабільного рівня пенсій, захист їх від інфляційних процесів. Захист здійснюється шляхом індексації пенсій.

Одна з особливостей пенсійного страхування полягає в існуванні двох видів пенсій: обов'язкової та додаткової. Отримання обов'язкової пенсії гарантується державою, а її виплати регулює законодавство України.

Недержавна пенсія існує в різноманітних варіантах і виплачується згідно з договором. Ця риса робить істотний вплив на систему управління пенсійним страхуванням, так як крім держави в пенсійні відносини можуть бути включені і сторонні комерційні організації, що в деяких випадках, може піддавати громадян певним ризикам, пов'язаним з отриманням недержавної пенсії.

Система недержавного пенсійного забезпечення - це складова частина системи накопичувального пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на засадах добровільної участі фізичних та юридичних осіб, крім випадків, передбачених законами, у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками недержавного пенсійного забезпечення додаткових до загальнообов'язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат.

Недержавне пенсійне забезпечення здійснюється: пенсійними фондами шляхом укладення пенсійних контрактів між адміністраторами пенсійних фондів та вкладниками таких фондів.

У проєкті Стратегії розвитку пенсійної системи до 2022 року пропонуються наступні заходи: модернізація і створення єдиної системи персоніфікованого обліку громадян на основі інформаційних ресурсів державних позабюджетних фондів повинні забезпечити повну ідентифікацію громадян, облік їх трудових і соціальних прав, включаючи заходи соціальної підтримки, ведення повної трудової та соціальної документації громадян в електронному вигляді (зокрема, електронної трудової книжки працівника).

Необхідно також зробити цю систему відкритою, щоб кожен громадянин міг оцінити розмір своєї майбутньої пенсії або перевірити правильність її нарахування.

Інформаційні джерела:

1. Кириленко О. П. Соціальне страхування : підруч. / за ред. О. П. Кириленко та В. С. Толуб'яка. – Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2016. – 516 с.

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ ВІДНОСИНИ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Слєпцова Ю.А., Царевський М.В., Дубина В.В., гр. маг ОіО 1-1
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Велієва**
Державний біотехнологічний університет

Фінансово-кредитні відносини в агропромисловому виробництві досить актуальна та цікава для дослідження тема, тому що, рівень фінансової підтримки модернізації виробничого процесу сільськогосподарських підприємств України відіграє важливу роль у розвитку аграрного сектору економіки.

Фінансово-кредитні відносини були дуже важкими для аграрного сектору економіки в ринкових умовах. Потреби сільськогосподарських товаровиробників у фінансових та кредитних ресурсах не повністю задоволені. Основна проблема - це переплата за кредитами.

Одним із стратегічних напрямків державної аграрної політики в Україні є формування аграрного ринку. Важливою умовою функціонування ринку є наявність добре розвиненої інфраструктури.

Фінансово-кредитна інфраструктура - це особлива багатогранна економічна структура, яка виступає як група особливих видів

діяльності суб'єктів господарювання на фінансово -кредитних ринках. Ці підрозділи, які виконують кожен вид діяльності, встановлюють між собою економічні відносини, а реалізація цих відносин відбувається в процесі передачі активів на фінансовому ринку, оскільки фінансова інфраструктура та кредит представляють ряд природних факторів. Єдиний спосіб адаптації та розвитку відносин між фінансовою та кредитною інфраструктурою в аграрному секторі ще не розроблений.

Фінансово-кредитна інфраструктура - це група установ, які створюють необхідні фінансові умови для стабільної роботи. Це відкрита система, рівень і напрямок розвитку якої безпосередньо залежить від існуючої економічної системи.

Кількість факторів, що стимулюють розвиток інфраструктури, перевищує кількість сприятливих умов, що пояснює неефективність елементів фінансово-кредитної інфраструктури, дисбаланс та недостатню координацію.

Сільському господарству сьогодні потрібна більша фінансова допомога, яка залежить від: сезонності виробництва, обороту, тривалого обороту капіталу, стану його матеріально-технічної бази, недосконалої амортизаційної політики, нерівності цін між сільськогосподарською та промисловою продукцією, технічних процесів, їх соціально-економічного значення.

Центральною ланкою фінансово-кредитної інфраструктури є комерційні банки. Наявність збалансованої, ефективно функціонуючої фінансово-кредитної інфраструктури є умовою сталого розвитку агропромислового виробництва. Необхідними умовами для реалізації позитивних змін є модернізація системи банківського кредитування агроформувань.

Говорячи про кредитну інфраструктуру, маємо на увазі комплекс кредитних установ з різною організаційною будовою, об'єднаних загальною метою кредитного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників. На даному етапі розбудови економіки до складу такої структури різним ступенем інтеграції, на мою думку, повинні увійти: Аграрний банк; Спеціальний кредитний фонд; кооперативні банки; кредитні спілки; комерційні банки. Умовно таку систему можна назвати «Агрокредит».

Отже, розвиток аграрного ринку гарантує надійне ресурсне забезпечення виробництва і реалізації продукції та продовольства, сприяє розвитку підприємництва в аграрному секторі, виявляє і усуває суперечності між сільськогосподарським виробництвом, переробкою, харчовою промисловістю, торгівлею і споживачами. Необхідно забезпечити оптимальне формування і системне функціонування

фінансово-кредитної інфраструктури. Доцільно сприяти збільшенню кількості об'єктів інфраструктури, а саме сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, що забезпечить функціонування ринкової інфраструктури в інтересах сільськогосподарських товаровиробників, знижуючи при цьому вплив монополізованих переробних підприємств і торгово-посередницького бізнесу.

Інформаційні джерела:

1. Кузнецова Л.В. Банківський кредит як джерело фінансового забезпечення розвитку АПК України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014.
2. Саблук П.Т. Проблеми забезпечення доходності агропромислового виробництва в Україні в постіндустріальний період. *Економіка АПК*. 2008.

ФІНАНСОВІ ПОСЕРЕДНИКИ ТА ЇХ РОЛЬ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

Слепцова Ю.А., гр. ФН 4-2

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**
Державний біотехнологічний університет

Розвиток фінансових відносин, підвищення ролі фінансового ринку в економіці та суспільному відтворенні неминуче призводить до збільшення і розвитку видів фінансових послуг. До недавнього часу провідну роль на фінансовому ринку відігравали комерційні банки, але наразі небанківські установи почали активно розвиватись та займати важливе місце серед учасників фінансового ринку.

Фінансові посередник – це юридична особа, яка на підставі ліцензії здійснює комерційну або посередницьку діяльність стосовно обігу приватизаційних паперів.

Діяльність фінансових посередників полягає в створенні нових фінансових інструментів. Фінансові інститути, які виконують посередницькі функції отримують прибуток за рахунок економії, що виникає за рахунок зростання масштабу операцій, здійснюючи аналіз кредитоспроможності потенційних кредиторів, розробку порядку надання позик і розрахунків за них, рівномірно розподіляючи ризики.

Діяльність фінансових посередників направлена на допомогу приватним особам, які мають заощадження, зробити їх капіталом та інвестувати у різні підприємства. Система спеціалізованих

посередників має можливість надати власникам заощаджень більші вигоди, ніж просто можливість одержувати відсотки на капітал.

Ступінь розвитку фінансового ринку характеризується кількістю фінансових посередників і їх різноманітністю, а також асортиментом фінансових послуг, які вони надають. При обслуговуванні учасників ринку одні фінансові посередники надають лише окремий вид послуг, який і визначає в цілому їх роль на ринку, а інші - широкий спектр фінансових послуг. Фінансові посередники також займаються:

- наданням послуг, пов'язаних з емісією фінансових активів та з їх обігом на вторинному ринку і одночасно забезпечують його стабільне функціонування;

- інвестуванням коштів у різні галузі економіки при емісії корпоративних цінних паперів та на кредитному ринку;

- залученням коштів для забезпечення потреб державного бюджету при емісії державних боргових зобов'язань та на ринку державного кредиту;

- отриманням прибутку за рахунок економії, що обумовлена зростанням масштабу операцій при аналізі кредитоспроможності потенційних кредиторів, розробці порядку надання позик і розрахунків за них;

- допомогою приватним особам, що мають заощадження, диверсифікувати їх (вкласти капітал у різні підприємства); система спеціалізованих фінансових посередників надає тим, хто має заощадження, більші вигоди, ніж просто одержувати відсотки;

- інвестуванням коштів юридичних і фізичних осіб у фінансові активи та вилучення їх з процесу інвестування на сегментованих ринках;

- наданням допомоги інвесторам на високорозвинених ефективних ринках у прийнятті зважених та оперативних рішень щодо інвестування коштів у фінансові активи та забезпечення реалізації цих рішень;

- забезпеченням ліквідності ринку під час здійснення не тільки оперативного інвестування, але й оперативного вилучення коштів інвесторами, тобто саме фінансові посередники дають інвесторам змогу в будь-який час вилучити кошти і в разі потреби знову інвестувати їх на більш вигідних умовах та інші.

Отже, фінансові посередники відіграють важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування фінансового ринку. Розвиток інституційних інвесторів може мати позитивний вплив на економіку України через сприяння ефективному перерозподілу

капіталу та розширення пропозиції інвестиційних ресурсів. Також це має розширити можливості економічних агентів щодо залучення додаткових коштів для розвитку з одного боку та посилити стимули для їх ефективного використання з іншого.

Інформаційні джерела:

1. Еш С.М. Фінансовий ринок. Навч. посіб. 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2011. 528 с.
2. Школьник І.О. Фінансові посередники та їх роль у розвитку фінансового ринку. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. 2007. Вип.22. С. 272-281.

ФОРМУВАННЯ МЕТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Ставерський В.Д., гр. Ф-20м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.М. Лачкова**

Державний біотехнологічний університет

Забезпечення належного рівня фінансової безпеки на всіх рівнях (національному, регіональному, підприємства, фізичної особи) – це гарантія незалежності держави та можливість уникнути настання негативних наслідків відкритості національної економіки, умова стабільності та ефективної життєдіяльності суспільства, досягнення ефективної взаємодії з міжнародними фінансовими та економічними інституціями. Вивчення практики управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі довело, що актуальними залишаються питання теоретичного обґрунтування та методичного забезпечення системи фінансової безпеки підприємства в сучасних умовах господарювання, які характеризується динамічними змінами, циклічним розвитком економіки, нестабільним внутрішнім і зовнішнім середовищем.

На наш погляд, для визначення мети управління фінансовою безпекою підприємства необхідно розглянути підходи до формування змісту поняття «мета управління фінансовою діяльністю підприємства», оскільки управління фінансовою безпекою підприємства є підсистемою управління фінансовою діяльністю, отже її мета реалізується в тісному зв'язку з метою фінансово-господарської діяльності підприємства.

В економічній теорії зміст мети управління діяльністю, зокрема фінансовою, розглядається з позиції:

- 1) класичної теорії – максимізація прибутку підприємства;

2) теорії стійкого економічного розвитку – забезпечення фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку;

3) сучасної економічної теорії – збільшення добробуту власників підприємства, що забезпечується шляхом максимізації його ринкової вартості.

З наведених вище підходів науковців до визначення мети управління фінансовою безпекою підприємства можна констатувати, що вона сформульована здебільшого з точки зору теорії стійкого економічного розвитку – забезпечення фінансової рівноваги, умов для нормального функціонування підприємств, ефективного використання ресурсів. Разом з тим, в окремих випадках є підміна мети управління суто завданнями: отримання прогнозного значення рівня фінансової безпеки розробка й впровадження контрзаходів [1]. Вважаємо, що різноплановість визначення мети управління фінансовою безпекою зумовлена різними підходами дослідників до управління нею.

З точки зору ресурсного підходу метою управління є забезпечення ефективного використання ресурсів, що дозволить зберегти фінансову стабільність підприємства в поточному та майбутньому періодах.

З позиції ресурсно-функціонального підходу управління фінансовою безпекою націлене на забезпечення максимальної адаптації підприємства до змін ринкової кон'юнктури та якості реалізації функцій в процесі управління фінансовою безпекою.

Стационарний підхід до управління зумовлює розуміння мети управління фінансовою безпекою як досягнення та підтримка такого стану фінансів підприємства, при якому забезпечується достатня його незалежність від зовнішніх впливів, фінансова стійкість, фінансова стабільність та подальший розвиток.

В рамках динамічного підходу мета управління передбачає створення механізму адаптації підприємства до умов функціонування підприємства, що змінюються. Головною метою управління фінансовою безпекою підприємства при вартісному підході вважається максимізація вартості підприємства.

Виходячи з ресурсно-функціонального, стационарного та динамічного підходів до управління фінансовою безпекою мету управління фінансовою безпекою підприємства можна сформулювати наступним чином: мета управління фінансовою безпекою – забезпечення належного стану та ефективного використання ресурсів через створення та забезпечення механізму адаптації підприємства до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому воно постійно функціонує, протидії загрозам та попередження фінансових ризиків.

Вважаємо, що при формулюванні завдань управління фінансовою безпекою підприємства необхідно враховувати структурний підхід до побудови управлінського процесу – виділення завдань для підсистем управління фінансовими ресурсами, управління фінансовими ризиками та управління загрозами. Ці завдання відповідають певним управлінським цілям.

Інформаційні джерела:

1. Управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі в умовах невизначеності: кол. монографія. За заг. ред. А. С. Крутової. Х., 2017. 264 с.

2. Крутова А. С., Ставерська Т. О., Шевчук І. Л. The problems of the enterprises financial security. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2015. Вип. 1 (21). С. 92–105

АНАЛІЗ ЗМІН І ТЕНДЕНЦІЙ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ

Стренадко В.Р., Зайка С.С., гр. ФН19- 76

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

В умовах макроекономічної нестабільності банківська система перебуває під впливом значної кількості чинників, які перешкоджають її нормальному розвитку, а саме: політична та економічна нестабільність в Україні; зміна рейтингу країни відповідно до оцінок міжнародних рейтингових агенцій, що прямо впливає на розвиток співробітництва з іноземними банками; якість ризик-менеджменту в банках, тощо. Значну роль відіграє довіра як до окремого банку, так і до банківської системи в цілому. Фінансова стійкість банків є основою стабільної банківської системи країни, запорукою успіху економічних перетворень і макроекономічного розвитку [1].

Станом на 01 вересня 2021 року ліцензію Національного банку України мали 71 банківська установа (з них 33 банка з іноземним капіталом). З початку 2021 року кількість функціонуючих банківських установ скоротилася на 3, а з 2017 року – на 17 установ [4].

Банківські активи станом на 01.09.2021 року становили 1900,4 млрд. грн. (на 01.09.2020 року вони склали 1651,6 млрд. грн.). Розмір кредитного портфеля на 01.09.2021 року становив 1029,3 млрд. грн. (на 01.09.2020 року він склав 1062,7 млрд. грн.) [3].

Серед найбільш прибуткових, за підсумками 6 місяців 2021 року були банки ПриватБанк (11,6 млрд. грн.), Райффайзен Банк Аваль (2,3 млрд. грн.), Ощадбанк (2,1 млрд. грн.), ПУМБ (1,9 млрд. грн.), Універсал Банк (1,6 млрд. грн.). Прибуток за період січень-червень 2021 року цих банків склав 30,3 млрд. грн. [4].

Збитковими, за результатами півріччя виявилися Правекс Банк (-91,5 млрд. грн.), Юнекс Банк (-21,2 млрд. грн.), БТА Банк (-20,6 млрд. грн.), Індустріалбанк (-12,9 млрд. грн.), Альпарі Банк (-5,7 млрд. грн.) [3].

Депозити є основним джерелом формування банківських ресурсів і коливання їх обсягів призводить до нестабільної роботи банків. За I півріччя 2021 року банки збільшили обсяги депозитів фізичних осіб на 2,6%. Однак низькі відсоткові ставки відштовхують вкладників.

Кредити належать до активних банківських операції, спрямованих на розміщення ресурсів з метою одержання прибутку.

За підсумками січня-червня 2021 року наростили кредитний портфель АП Банк (+67,5 %), Альянс (+61,2 %), Сітібанк (+49,6%). Скоротили кредитний портфель Креді Агріколь (-5,5%), Промінвестбанк (-5,9%), Ощадбанк (-23,1%) [3].

В цілому банківська система відмічає пожвавлення кредитування, за даними НБУ ріст кредитів, наданих бізнесу в річному обчисленні досяг майже 30%, фізичним особам на 23,3%. Зростання обсягів кредитування є сигналом того, що українська економіка вже відштовхнулася від «ковідного дна» і починає поступовий рух угору.

Однак, аналіз ефективності банківського кредитування, як джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні, дає змогу дійти висновку, що, незважаючи на значні обсяги кредитних ресурсів, банки недостатньо беруть участь у фінансовому забезпеченні інноваційної діяльності [2]. Понад 80 % усіх кредитів банки надавали в поточну діяльність позичальників, а інноваційна діяльність залишається поза увагою банків, про що свідчить мала частка довгострокових кредитів [3], спрямована в інвестиційну діяльність та у пріоритетні галузі економіки.

Одним із основних чинників, який стримує довгострокове кредитування інвестиційних проектів, є недостатній обсяг ресурсної бази банків, нестача довгострокових ресурсів. Короткострокова економічна зацікавленість у швидкому отриманні доходу витісняє актуальні завдання науково-технічного розвитку.

Таким чином, відновлення економічного зростання в Україні значною мірою залежить від стану банківської системи, її спроможності впливати на інвестиційну діяльність у реальному

секторі економіки, вирішальна роль при цьому має належати заходам, які впроваджуються урядом та Національним банком України з метою виходу із економічної кризи.

Інформаційні джерела:

1. Лачкова Л.І., Борисова А.О., Лачкова В.М. Механізм управління фінансовою стійкістю банків. *Економіка і суспільство*, 2018. Випуск 19. С.1089-1092.
2. Малій О.Г. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*, 2018. Випуск 193. С. 247-256.
3. Міністерство фінансів України. URL: <https://www.minfin.com.ua>.
4. Національний банк України. URL: <http://www.bank.gov.ua>.

ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Тур К.Г., гр. Ф-28

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**
Державний біотехнологічний університет

Функціонування суб'єктів господарювання України в нових конкурентних умовах супроводжується наявністю невизначеності і, як наслідок, підприємницьких і фінансових ризиків.

Поняття ризику охоплює всі стадії формування і функціонування підприємства.

Фінансовий ризик – це динамічне явище (ймовірність виникнення збитків або недоотримання доходів у порівнянні з прогнозованим варіантом), що міняє свої кількісні характеристики на різних стадіях функціонування підприємства.

Фінансовий ризик – це не фатальний явище, а в значній мірі керований процес. На його параметри, на його рівень можна і необхідно впливати. Основний параметр їх диференціації в процесі управління - класифікація фінансових ризиків за видами.

Узагальнення літературних джерел з даної проблеми дозволило зробити висновок про те, що для прийняття управлінських рішень доцільно використовувати класифікацію фінансових ризиків за такими видами: за видами активів підприємства; за видами джерел формування активів; з фінансових наслідків; по місцях виникнення і центрами відповідальності; за рівнем ризику; за сферами локалізації грошових

потоків; по прояву в часі; за рівнем фінансових втрат; по комплексності дослідження; за функціями управління фінансовими ресурсами.

Слід зазначити, що виникнення нових умов господарювання, застосування нових фінансових технологій, сучасних фінансових інструментів та інших інноваційних факторів зумовлюють появу нових видів фінансових ризиків.

У зв'язку з цим, ми підтримуємо думку Антипова М.В., який при класифікації фінансових ризиків, пропонує використовувати і такі критерії, як:

- за сферою виникнення розрізняються внутрішні ризики, пов'язані з акціонерним капіталом і ресурсами компанії, і ризики, обумовлені впливом зовнішнього середовища. Одним з основних ризиків в даному випадку вважається зниження капіталізації об'єднаної компанії в порівнянні з сумарною капіталізацією її складових частин. Заздалегідь оцінити реакцію ринку на об'єднання компаній досить складно, а підтвердження прогнозів вимагає практичних експериментів.

До ризиків, пов'язаних з ресурсами компанії, слід відносити інфраструктурні, операційні ризики, а також погіршення фінансового становища. Мова в даному випадку йде про погіршення фінансового становища одного або декількох підприємств в результаті об'єднання і перерозподілу фінансових потоків:

- збільшення сукупного обсягу податкових платежів, зниження середньої норми прибутку,

- погіршення можливостей кредитування за рахунок зростання операційних ризиків в разі пов'язаної (вертикальної або горизонтальної) інтеграції компаній;

- збільшення вартості залучення позикових коштів і розміщення цінних паперів, що дуже ймовірно в разі негативної оцінки злиття ринком;

- пред'явлення вимог кредиторами;

- зменшення загального грошового потоку.

- по можливості вимірювання ризику поділяються на такі види: вимірні і невимірні. До вимірних ризиків відносяться кредитний і модельний види ризику (здатність моделі відображати реальність), а до невимірних видам – стратегічний, операційний, управлінський та податковий ризику.

- за ступенем керованості ризику можна поділити на такі види як, керовані і некеровані.

Вважаємо, даний підхід до класифікації ризиків допоможе розробити ефективні управлінські рішення, спрямовані на мінімізацію ризиків.

ДІЯЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

Удовенко М.В., гр. ФН 4-2

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Г.С. Морозова

Державний біотехнологічний університет

У сучасних умовах кризової ситуації в економіці України, зменшення обсягів валового внутрішнього продукту та відтоку інвестицій надзвичайно важливим є питання розбудови фінансового ринку як важливої складової національної економіки, а також пошуку шляхів підвищення ефективності його роботи. Одними з ключових напрямів цього розвитку є підвищення ролі ринку спільного інвестування, необхідність пошуку внутрішніх джерел інвестиційних ресурсів, які будуть вкладатися в пріоритетні галузі вітчизняної економіки та сприяти їх поступовому розвитку. Ці фактори зумовлюють необхідність розвитку інститутів спільного інвестування, які зможуть взяти на себе основну роль щодо акумуляції, розподілу та перерозподілу вільних фінансових ресурсів.

Науковим дослідженням діяльності цієї групи інституціональних інвесторів в Україні займаються І. Бланк, І. Гуцал, В. Зимовець, Т. Майорова, С. Хоружий, В. Федосов та інші вчені.

Формування та розвиток механізму акумуляції капіталу є передумовою побудови стійкої економічної системи. Однією з найперспективніших форм здійснення інвестицій в національну економіку є використання інститутів спільного інвестування (ІСІ), зокрема інвестиційних фондів. Діяльність зі спільного інвестування – це діяльність, яка провадиться в інтересах і за рахунок учасників (акціонерів) ІСІ шляхом емісії цінних паперів ІСІ з метою отримання прибутку від вкладення коштів, залучених від їх розміщення у цінні папери інших емітентів, корпоративні права, нерухомість та інші активи відповідно до законодавства України.

Важливим етапом теоретичного дослідження інститутів спільного інвестування є вивчення класифікації інститутів спільного інвестування та визначення мети діяльності різних фондів. Сьогодні вітчизняний ринок спільного інвестування пропонує широкий вибір типу інститутів спільного інвестування.

Головним нормативно-правовим актом, що регулює відносини зі спільного інвестування в Україні, є Закон України «Про інститути спільного інвестування» [1]. Зокрема, у цьому Законі інститути спільного інвестування визначаються як корпоративні або пайові

фонди. В Україні перші інвестиційні фонди з'явилися у 1994 році, і стали важливим механізмом започаткування в Україні процесу масової приватизації. Початком їх розвитку можна вважати 28 березня 1994 року – дату підписання Указу Президента України «Про інвестиційні фонди та компанії». Однак перші інвестиційні фонди суттєво відрізнялись від класичних інститутів спільного інвестування, оскільки їх більшість створювалася для проведення сертифікатної приватизації, що призводило до викривлення основних цілей діяльності інститутів спільного інвестування, зменшувало їх роль у розвитку фондового ринку України.

Сьогодні спільне інвестування крокує шляхом ефективної трансформації, про що свідчить прийнята Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 р. (яка була презентована 16 січня 2020 р.), в п. 16 якої передбачені подальші законодавчі зміни у сфері небанківського фінансового ринку [2].

Дослідження свідчить про те, що протягом 2013-2019 рр. кількість інститутів спільного інвестування зросла, склавши на кінець 2019 р. 1284 установи, що досягло піку за останні 7 років, причому мінімальне значення зафіксоване у 2016 р. (1134 установ), що на даний момент часу кількісно більше на 150 одиниць.

Сукупні загальні активи ІСІ у 2019 р. становили 339,9 млрд. грн. Загалом динаміка за досліджуваний період була позитивною. Проте порівняно з ВВП України тенденція до зменшення у 2019 р. становила 8,55%, тоді як у країнах Західної Європи та США цей показник варіюється від 30% до 100%.

Отже, ринок інституціональних інвесторів небанківського сектору в Україні порівняно зі світовим досвідом перебуває на досить низькому рівні, що не дає змогу ІСІ повністю розвивати інвестиційну сферу. Основними причинами цього є: відсутність широкого асортименту інвестиційних продуктів; тривала процедура оформлення документів під час придбання цінних паперів ІСІ, неінформованість потенційних клієнтів про можливість такого заробітку та привабливість проєктів для інвестування; низький рівень фондового ринку.

Інформаційні джерела:

1. Закон України «Про інститути спільного інвестування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5080-17#Text>
2. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 р. : НКЦПФР рішення від 27 грудня 2019 р. № 797. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_FS_2025.pdf (дата звернення: 22.03.2020).

СУТНІСТЬ ТА РОЗВИТОК СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Хитрик Я.О., ФБСС 4-2

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**

Державний біотехнологічний університет

Формування ефективного страхового ринку потребує розробки ефективної політики щодо забезпечення страхової діяльності страхувальників, іноземних перестраховиків, створення розвиненої платоспроможної системи страхування. Розвиток страхового ринку супроводжується численними проблемами економічного, нормативно-правового, організаційно-методологічного та кадрового характеру.

Аналіз стану страхового ринку України, вивчення стримуючих чинників, які обмежують його розвиток та розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку є актуальними у сучасних умовах.

Страховання на теперішній час є більше розгалуженим ніж, наприклад, в 1991 році, тоді як існувала тільки одна галузь страхування – «Медичне страхування».

Найдавнішим способом страхового захисту в Україні, як і в усьому світі, було взаємне страхування. В Україну класичне страхування прийшло із Західної Європи ще в XIII ст. З виникненням філій англійських страхових компаній.

На початку 90-х років усунення монополії держави і поява недержавних страхових компаній створили необхідну базу для організації ринкових відносин у страховій діяльності й передумови формування страхового ринку України.

Перший спеціальний нормативний акт, що регламентує страхування, був прийнятий в 1993 році – Декрет Кабінету Міністрів «Про страхування». В першій половині 90-х років відбувалося бурхливе зростання кількості страхових компаній в Україні. У 1994 році у країні було зареєстровано 700 страхових компаній. Проте в 1995-1997 роках спостерігався значний спад активності і ліквідація багатьох компаній внаслідок погіршення загальноекономічної ситуації в країні та підвищення вимог до обсягу статутного фонду, платоспроможності і резервів страхових компаній після прийняття 07 березня 1996 року Закону України «Про страхування». Законом були також підвищені вимоги до страхових резервних фондів компаній та детально урегульовані окремі види страхування. Поступово стала формуватися підзаконна нормативна база. З розвитком законодавства також почала розвиватися інфраструктура страхування. У 1997 році

була створена Ліга страхових організацій. Після перереєстрації в 1997 році кількість страховиків значно зменшилась до 220 компаній.

Станом на 01.01.2021 в Державному реєстрі фінансових установ (ДРФУ) обліковувалось 210 страховиків, з них 20 – компанії зі страхування життя.

За період 01.07.2020-01.01.2021рр. Національний банк анулював ліцензії 9 страховикам, які здійснювали діяльність у сегменті non-life – за їх заявами. Майже усі страховики, яким анульовано ліцензії, підтвердили відсутність страхових зобов'язань та діючих договорів страхування/перестраховування на дату подання до Національного банку заяви про анулювання ліцензій.

У 2021 році за період 01.01-25.05.2021 Національним банком Національний банк анулював ліцензії 9 страховикам, які здійснювали діяльність у сегменті non-life – також за їх заявами .

У 2020 році виключено з ДРФУ 5 страховиків - за їх заявами. За майже 5 місяців 2021 року статус фін. установи втратили 19 страховиків, з них 4 за заявою, 15 – за ініціативою Національного банку після анулювання таким страховикам всіх ліцензій.

Серед страховиків-ліцензіатів є 10 компаній, які зареєстровані у зоні проведення ООС та АР Крим, з них: 1 страховик знаходиться у стані припинення, 2 – подають звітність до Національного банку. За результатами правозастосування до страховиків у квітні цього року Національним банком зупинено ліцензій 17 страховим компаніям, з них 4, що здійснюють діяльність з ОСЦПВВНТЗ.

НБУ констатує, що на 1 липня 2020 року на ринку було 215 страхових компаній, з них 20 здійснювали страхування життя. Як зауважує регулятор, зменшення кількості компаній спричинило зниження обсягу активів страховиків.

Отже, страховий ринок в Україні має ряд невирішених проблем. Незважаючи на збільшення вказаних індикаторів, загальні активи страховиків, обсяги сплачених статутних капіталів зменшувалися, що насамперед було пов'язано зі зниженням кількості страхових компаній «Life» та «non-life». На основі аналізу макроекономічних показників розвитку страхової галузі можна зробити висновок, що для України характерними є низький рівень проникнення страхування та недостатні обсяги страхових премій на душу населення у порівнянні із провідними країнами світу.

ПРОБЛЕМА МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Царевський М.В., гр. ФН 4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**

Державний біотехнологічний університет

У сучасному світі міжнародні валютно-кредитні та фінансові відносини є одним із центральних місць в економіці і являють собою складну і вельми неоднозначну сферу ринкового господарства.

Валютний ринок та його регулювання займають провідне місце в економічній політиці держави. З метою регулювання валюти вона може сприяти або перешкоджати економічному зростанню в країні, отже, впливати на становище окремих галузей та підприємств, а також на становище держави на світовому ринку. Зміни в економіці країни та її міжнародному становищі впливають на розвиток валютних відносин, а отже, і на коригування монетарної політики прийнятої держави.

Поява нових чинників та їх вплив на функціонування існуючого світового валютного ринку ускладнюється та характеризується окрім частих змін ще й впливом на національні валютні ринки. В цьому контексті Україна також не є виключенням. У цьому зв'язку дослідження питань валютного ринку України є актуальним та представляє інтерес із врахуванням фактору, який пов'язаний з тим, що наша країна також намагається покращити умови функціонування національного валютного ринку та інтегруватися у світовий валютний ринок.

У науковій літературі вивченню теоретичних та практичних аспектів функціонування валютних ринків присвячено наукові праці відомих зарубіжних учених: Дж. Вільямсона, Дж. М. Кейнса, Р. Манделла, П. Самуельсона, М. Фрідмана та ін. Серед вітчизняних вчених над цією проблемою працювали: С. Арбузов, О. Береславська, І. Бураковський, Н. Бодрова, П. Вірт, А. Гальчинський, О. Дзюблюк, М. Єфіпанова, Ф. Журавка, І. Крючкова, Б. Лапчук, І. Нідзельська, О. Петрик, Т. Савченко, А. Філіпенко, А. Шаповалов, В. Шевчук та ін. Проте, попри вагомий науковий доробок відкритим та дискусійним питанням лишається проблема механізму функціонування валютного ринку в Україні.

Валютні відносини можна розвивати в умовах функціонування ринку, де можна вільно купувати та продавати валюту.

Ринок форекс – це економічні відносини, що виникають у процесі купівлі-продажу іноземної валюти за курсом національної

валюти, виходячи із співвідношення попиту та пропозиції на ці валюти.

З позиції економічного змісту ринок форекс – це частина грошового ринку, яка врівноважує пропозицію та попит на гроші як певний товар. Відомо, що ринок форекс за своїм призначенням та організаційною формою є сукупністю спеціалізованих установ та механізмів, які взаємодіють для забезпечення вільного продажу та купівлі національної та іноземної валют відповідно до співвідношення попиту та пропозиції.

Метою ринку форекс є обмін цін на валюту, включаючи іноземну валюту, коли учасники ринку купують або продають вартість цієї валюти в іноземній валюті.

Суб'єктом ринку форекс можуть бути фізичні та юридичні особи, посередники – банки, брокерські компанії, обмін валют, "збирання" продавців і покупців валюти, а також забезпечення організації купівлі та продажу валюти.

Існує кілька видів торгівлі на форекс:

- Валютний ринок біржі.
- Міжбанківський ринок форекс.
- Ринок для валютних операцій.

Основними гравцями на грошовому ринку є комерційні та інвестиційні банки, страхові компанії та корпоративні клієнти. Міжбанківський ринок, де більшість операцій є міжнародними, відображає глобальний характер форекс-конкуренції та складність телекомунікаційної системи. Торгівля готівкою на валютному ринку завжди вигідніша. Попит на іноземну валюту існує у всьому світі.

Ціна на валютному ринку – це валютний курс. Це співвідношення цін двох валют, або "вартість" валюти країни, виражена у валюті іншої країни або засобі міжнародного платежу.

Інфраструктура валютного ринку України перебуває у процесі становлення та отримала ліцензії від комерційних банків на здійснення валютних операцій. Ринок форекс як система складається з підсистеми валютної системи та підсистеми валютних відносин (фізичні та юридичні особи вступають у міжнародні розрахункові та інші зв'язки для вступу чи роботи з метою купівлі чи продажу іноземної валюти).

Таким чином, ринок форекс є одним з найважливіших секторів фінансового ринку і якість його розвитку безпосередньо впливає на розвиток держави та економіки. Сучасний валютний ринок створюється під впливом державної грошово-кредитної політики, яка регулює валютний курс і дає учасникам валютних відносин можливість обмінювати валюту та отримувати прибуток.

МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Шаповалова А.В., здоб. ВО

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.О. Шарко**

Державний біотехнологічний університет

Аналіз світових тенденцій економічного розвитку переконливо свідчать, що саме інноваційний процес виступає каталізатором сталого зростання економік країн та розвитку суспільства в цілому. Участь держави в розвитку інноваційної сфери та стимулювання інноваційної діяльності є необхідною з кількох позицій. Тривалість, ризиковість і висока вартість етапу науково-дослідних робіт в межах інноваційного процесу робить його малопривабливим для середнього і малого бізнесу, а інколи навіть і для великого. Таким чином, саме держава може і має брати на себе витрати на цьому етапі. Незважаючи на очевидність необхідності держаної підтримки інноваційних процесів, спірним залишається питання форм і методів такої підтримки, адже в ринковій економіці будь-яке пряме втручання в ринковий процес має наслідком зниження загальної ефективності економіки. У цьому зв'язку метою нашого дослідження стало виявлення найбільш прийнятних методів державного регулювання інновацій.

Узагальнивши різні погляди, ми дійшли висновку, що завданням державного регулювання інноваційної діяльності є проведення комплексу заходів щодо організаційно-правової та фінансово-ресурсної підтримки суб'єктів господарювання [1, 2, 3].

Державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється за допомогою прямих і непрямих методів. Пряма державна фінансова підтримка носить, як правило, адресний характер, вона дозволяє в більшій мірі здійснювати контроль за бюджетними фінансовими потоками. Сюди відносять фінансування інвестиційної діяльності за рахунок бюджетних коштів, здійснення цільових державних закупівель, фінансування національних науково-дослідних програм; інвестування бюджетних коштів у венчурні фонди; розвиток інноваційної інфраструктури; надання державних гарантій; надання пільгових кредитів; створення державних фондів впровадження інновацій тощо.

До методів непрямого (опосередкованого) впливу належить пільгове оподаткування компаній, які здійснюють інноваційну діяльність; проведення політики прискореної амортизації; зниження, відстрочка та звільнення від державних мит; забезпечення захисту

інтелектуальної власності; зниження ризиків і відшкодування ризикових збитків; розвиток лізингових відносин в інноваційній сфері.

Найбільш поширеним методом прямого впливу є бюджетне субсидування, а непрямого впливу – податкові пільги. Державна підтримка у вигляді податкових пільг веде до зниження податкового навантаження і вивільнення фінансових ресурсів, необхідних господарюючим суб'єктам для здійснення інвестицій в інноваційну діяльність, для створення і організацію виробництва принципово нової продукції, застосування нових або модернізацію існуючих способів її виробництва. Бюджетне субсидування характеризується більшою порівняно з податковими пільгами цільовою спрямованістю державної підтримки.

У світі найбільшого поширення набула форма державної підтримки інноваційної діяльності, яка базується на механізмах фінансової підтримки НДДКР (державою, інвестиційними фондами, бізнесом тощо), а також на формах права на об'єкти інтелектуальної власності. Наприклад, особливістю американської структури управління НТП є тісна взаємодія держави і приватного бізнесу, значна частина змішаних організацій фінансується з державних і приватних джерел.

Набір методів і засобів державної політики, спрямованих на розвиток інноваційної активності, досить широкий, хоча її варіанти, рушійні сили і організаційні рішення в різних країнах мають свої особливості. У більшості країн здійснюється планування науково-технічної діяльності, спрямоване на усунення ризику дублювання робіт, урахування довгострокових міждисциплінарних досліджень, установлення деякого абсолютного рівня обсягів фінансування НДДКР із суспільних фондів (бюджету).

Одним з напрямків підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності в АПК може стати розробка комплексної програми по залученню інвестицій в агропромисловий комплекс як основа модернізації інвестиційної політики.

Інформаційні джерела:

1. Котельбан С. В. Сутність, методи та інструменти державного регулювання інноваційної діяльності. *Економіка та держава*. № 4. 2017. С. 115 – 118.
2. Управління інноваційним розвитком підприємства: монографія / за заг. ред. В.Г. Федоренко, Л.І. Федулової. К.: ТОВ «ДКС центр», 2014. 346 с.
3. Буряк Я.В. Державне регулювання інноваційної діяльності в Україні. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2015. №13. С. 61–66.

Секція 5
СВІТОВІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
МЕНЕДЖМЕНТУ



INNOVATION MANAGEMENT

Фоміна О.В., гр. ГРС-49

Наукові керівники – канд. філол. наук, доц. **І.В. Удовенко**,
ст. викл. **Л.А. Подворна**

Державний біотехнологічний університет

Innovation has never before been as present as it is today, everyone talks about innovation, everywhere you read about innovation. But what exactly is innovation and what does innovation management mean?

Innovation "is derived from the Latin word "innovare" and stands for renewal. From an economic point of view, innovation is something new that brings benefits for an organization and/or society.

Terms that are often associated with innovation are idea and invention. An invention or invention is to be distinguished in that it has not yet been exploited and used as a creative achievement of a new problem solution in comparison to innovation. It is exactly the same with the idea that a creative thought is something new. In all cases "new" is always relative. It can be new for this situation, the company or the world.

Management "is a term that is constantly used in companies. It represents the management of a task and the coordination of activities in order to achieve a defined purpose and goals.

As a result, innovation management is the systematic promotion of innovations in organisations and includes tasks of planning, organisation, management and control.

Innovation management deals with all measures to promote innovations in organisations and to generate benefits, for example:

- new products and services to conquer new markets,
- mproved products and services to stand out from the competition.
- improvement of internal processes in order to strengthen the company from within or to save costs.

– development of new business models to exploit new sources of income.
Tasks and fields of action in innovation management.

Innovation management forms two major pillars:

1. The creation of framework conditions so that ideas are generated everywhere in the company and turned into successful innovations. This is very much about organisational development activities.

2. The actual innovation, the active search, development and implementation of ideas. This requires creativity and project management, for example.

Innovation management is very versatile. The fields of action of innovation management include among others:

1. 1.Future management: Identification of trends and future opportunities and risks.

2. 2.Development of the innovation strategy and planning of innovation activities such as an innovation roadmap.

3. 3.Organization and distribution of roles in innovation management, such as decision-making structures and process ownership.

4. 4.Idea management for finding, developing and evaluating ideas.

5. 5.Innovation process for transforming an idea into a successful innovation: concept development, business plan, solution development, prototypes, implementation and marketing.

6. 6.Creating a culture of innovation that promotes innovation.

7. 7.Portfolio management and innovation controlling (e. g. innovation indicators) to manage innovation activities.

8. 8.Dealing with patents and property rights.

9. 9.Open innovation and innovation networks to leverage external innovation sources and resources.

10. 10.Change management in the course of innovation projects.

The diversity of innovation management activities also makes it clear that they are interlinked in all areas of the company. Innovations are everyone's business.

Improvement vs. Innovation.

Innovation is renewal. Improvement is also the implementation of something new, but with a lower degree of novelty and it is usually the optimization or extension of existing.

The line between innovation and improvement is blurred. What innovation is and what is improvement cannot be clearly defined and differs according to the viewer.

Improvement management has a long tradition in companies. It comprises a variety of management methods and approaches that serve to improve existing products, processes and organizations. Many of these have

their origins in quality management. Improvement and innovation go hand in hand. A company must embrace both continuous improvement and innovation

Innovation management encompasses all measures to promote and use innovation - innovations - in the company. The focus is not only on the new, but also on the benefits of innovation. The aim is to develop new and improved products, new business models or new processes.

УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДНИЙ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС

Біловол К.А., гр. 6-96Еп1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.Л. Носач**
Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського «ХАІ»

З позицій науки управління являє собою цілеспрямовану переробку інформації. Для того щоб використовувати управлінську інформацію, її потрібно передавати, переміщувати з одного об'єкта на інший, організувати взаємозв'язки між цими об'єктами. Тобто мова йде про комунікаційні навички, які проявляються щодня при виконанні різних команд і можливостей.

Ефективний обмін інформацією необхідний на всіх етапах діяльності і у всіх підрозділах організації для досягнення намічених цілей, а також є найважливішою умовою прийняття обґрунтованих рішень, грає величезну роль в міжособистісних стосунках і формуванні іміджу організації. Комунікації відображають процес передачі інформації та є засобами для цієї передачі. Тобто, обмін інформацією найважливіша складова частина практично всіх видів управлінської діяльності. Тому не дивно, що більшу частину свого робочого часу менеджери всіх рівнів витрачають на комунікації. Комунікації займають найважливіше місце в житті організації та мають величезний вплив на індивідів і груп.

Оскільки в нашій країні поява і становлення комунікацій в управлінні відбулося не так давно, то величезну роль в подальшому їх розвитку відіграє правильний підхід до вивчення досвіду зарубіжних країн. Якщо раніше управління підприємством в основному полягало в тому, що від керівництва до підлеглих надходили накази, які не можна було ні уточнити ні обговорити, ініціативність каралася, а перспективні працівники не могли просунути по службі, то сьогодні керівники обирають інший підхід до організації роботи з підлеглими.

Ініціативність тепер вітається, проводяться загальні колективні збори, на яких обговорюються проблеми розвитку фірми, вислуховуються прохання, пропозиції підлеглих, застосовуються не тільки моральні, а й матеріальні заохочення, що сприяє більш правильній роботі і чіткому і своєчасному виконанню обов'язків з боку співробітників. Але, не дивлячись на такі зрушення, ще й зараз існують компанії, де організація керівництва знаходиться на низькому рівні, комунікаційна складова процесу управління не розвивається. З такою проблемою стикаються майже всі підприємства пострадянського простору.

Комунікації, як вже зазначалося, – це процес передачі інформації, тому як вона буде передана і ким, а найголовніше як буде сприйнята і який результат буде отримано в результаті від виконаної роботи, буде свідчити про ефективність комунікацій. Якщо особа не досить компетентна в певній галузі і інформація не підтверджена достовірними джерелами, то є ризик втратити час і тим самим втратити вигоду. Тому відправник повідомлення повинен бути впевнений в переданих даних і бути надійним джерелом. Також слід зазначити ступінь зрозумілості переданого повідомлення. Залежно від того кому повідомлення буде передано, воно повинно бути зрозумілим адресату, в іншому випадку повідомлення втрачає свою актуальність, що призведе до зупинки процесів діяльності.

Велике значення в процесі комунікації має канал передачі повідомлення. При виборі каналу передачі слід враховувати віддаленість адресатів і ступінь надійності каналу. Якщо при передачі відбуваються порушення, то слід зазначити в майбутньому ступінь надійності даного каналу.

В даний час на всіх підприємствах розробляють раціональні системи комунікацій, так як в складних організаційних структурах з великим розгалуженням організаційних зв'язків необхідні внутрішні програмні системи, які забезпечують безперебійні канали передачі повідомлень. Дані системи можуть призначатися наприклад тільки для певних підрозділів або підприємств, так як для них розробляється спеціальна класифікація або кодування. Це допомагає швидко передавати і скорочувати великі масиви даних.

Але безумовно одним із найважливіших аспектів якісного управління і комунікацій залишається людський ресурс і якість управлінських кадрів. Сучасні управлінці в умовах ринкових відносинах повинні оперативно приймати рішення і швидко реагувати на ситуацію, що склалася, і володіти якостями розумних і компетентних керівників, а це можливо лише за умов постійного отримання відповідних

практичних навичок, проходження курсів підвищення кваліфікації оволодіння зарубіжним досвід, який передають іноземні партнери. Ця практика допомагає розвивати систему менеджменту в країнах, де даний напрямок не до кінця вивчено.

Таким чином, можна стверджувати, що ефективність цілеспрямованого управління залежить від якості комунікаційного процесу, який в свою чергу забезпечується якістю налагоджених комунікаційних механізмів і якістю управлінських кадрів.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Бордаєв В., здоб. вищої освіти

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **Н.В. Проскурніна**

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих атрибутів ринкового середовища, що втілює здатність компанії адаптуватися до умов ринку, бути лідером на ринку та підтримувати протягом тривалого часу.

Конкурентоспроможність – це одна з основних категорій, яка широко використовується в теорії та практиці економічних наук, вона являється багатограним поняттям, та перекладається з латинської мови як боротьба, суперництво за досягнення результатів [1, с. 28]. Дане поняття є однією з інтегральних характеристик, які можуть бути використані при оцінюванні ефективності господарської діяльності представників підприємницького сектора. Основним розумінням сутності поняття конкурентоспроможності підприємства є робота М. Портера, який представив теорію конкурентної переваги, за якою конкурентоспроможність підприємства оцінюється у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі [2]. Продовжуючи думку М. Портера, Г.М. Скудар, стверджує, що конкурентоспроможність – це економічна категорія яка є багатогранною, що розглядається на рівні товару, виробника, галузі, країни. Він підтвердив, що конкурентоспроможність визначається економічними, соціальними та політичними факторами країни або статусом виробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [3, с. 31]. Професор В. Андріанов каже, що конкурентоспроможність країни об'єднує конкурентоспроможність товару, виробника та галузі. Взагалі кажучи, це можна визначити як

здатність країни виробляти товари та послуги, що відповідають міжнародним вимогам у вільній торгівлі [4, с. 39].

Враховуючи вищесказане, можна відмітити, що існує можливість представити такі три рівні, які є основними, на яких відбувається управління конкурентоспроможністю:

на мікрорівні, здійснюється управління конкурентоспроможністю товарів і підприємств;

на мезорівні, здійснюється управління конкурентоспроможністю кластерів, галузей;

на макрорівні, здійснюється управління конкурентоспроможністю регіонів, територій, країн.

Важливим під час процесу управління конкурентоспроможністю є ідентифікація основних принципи останнього, які продемонстровано на рис. 1.

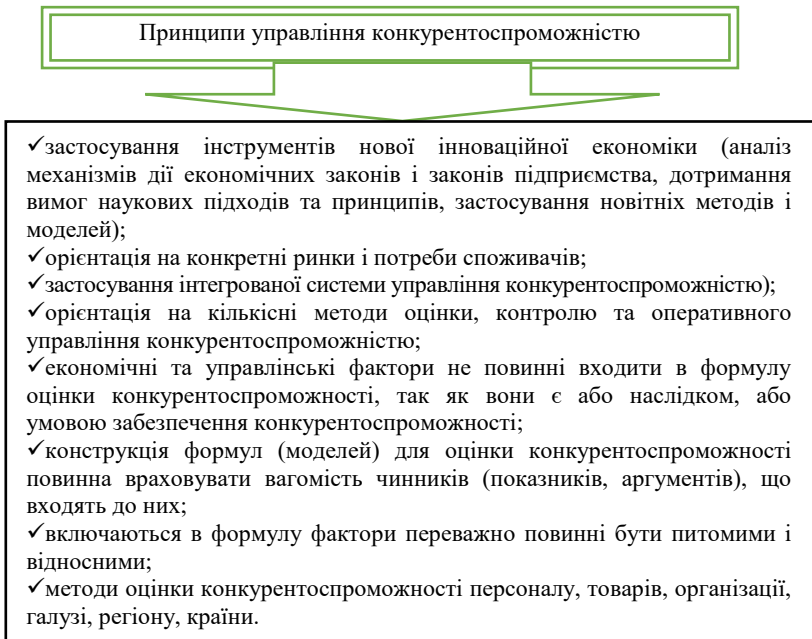


Рисунок 1 – Основні принципи управління конкурентоспроможністю

Інформаційні джерела:

1. С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. Управління конкурентоспроможністю підприємства. К. КНЕУ, 2008. 520 с

2. Porter M.E. Competitive Advantage of Nations. New York, 1990. 426 p.
3. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения. К. : Наук. думка, 1999. 496 с.
4. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике. Экономист. 1997. № 10. С. 37-47.

СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дзеніс В.О., канд. екон. наук, доц.

Дзеніс О.О., канд. екон. наук, доц.

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

У сучасному управлінні підприємством важливою складовою є науково-технічні інновації, тому керівники підприємств шукають нові підходи до розвитку виробництва. Усі ці фактори змушують керівництво замислитися над існуванням зовнішніх сил стосовно управління підприємством. Для врахування цих сил розробляються нові методи управління (технологічні, системні та ситуаційні). Ці підходи допомагають усвідомити складність управлінської проблеми, але залишається неоднорідність критеріїв ефективності управління та філософії управління, які можуть керувати вибором підприємства того чи іншого критерію.

Ефективність управління підприємством в основному стосується її внутрішніх характеристик та відношення її керівництва до ринкових та інституційних витрат. Вони включають координацію, систему передачі та механізм прийняття управлінських рішень. На формування та зміну організації у зовнішньому середовищі впливають фактори зміни кордонів між самими підприємствами та між підприємством і ринком. Ефективна економічна діяльність підприємства - це не тільки технологія, обладнання та матеріали, а й процес їх застосування, а також філософія людської діяльності. Багатофункціональні системи використовуються за певних постійних умов. Для оптимізації всієї системи оцінюється ефективність можливих варіантів для кожної умови. Визнання характеристик досягнення цілей як однієї з складової ефективності підприємства часто розцінюється як порушення основної аксіоми традиційної теорії, згідно з якою ефективність слід вимірювати лише співвідношенням випуску до реалізованих системних ресурсів або використаних ресурсів. Такі функції стають найбільш очевидними при переході від схеми раціональної поведінки систем до схеми їх функціонування. Ефективність функціонування та розвитку залежить

від таких факторів: дотримання запланованої інформації щодо вимог зовнішнього середовища, інтересів персоналу та можливостей виробництва; адекватність обраних стратегій поставленим цілям; вміння керівництва забезпечити виробництво потужними силами; лідерство для забезпечення досягнення цілей; обсяг та якість ресурсів, необхідних для розвитку підприємства. Зазначені фактори дають уявлення про стратегічний аспект ефективності виробництва та новітню інноваційну наукову тактику. Неможливо оцінити ефективність виробництв та інших соціально-економічних систем виключно з точки зору економічної ефективності, оскільки це означає ігнорування критеріїв прийняття стратегічних рішень, від яких залежить їх якість.

Проблема вибору більш точних економічних критеріїв, за допомогою яких можна оцінити результати діяльності підприємства та порівняти їх між ними - надзвичайно складне теоретичне завдання.

В економічній літературі виділяються такі аспекти ефективності управління підприємством: внутрішня ефективність, зовнішня, ринкова, загальна, тактична, глобальна тощо [1]. Внутрішня ефективність підприємства цілком залежить від рівня продуктивності праці. Тому говорити про можливість створення ефективно функціонуючого підприємства можна лише за наявності дієвих механізмів підвищення продуктивності праці. Підвищення продуктивності окремої робочої сили залежить від чіткої та безперервної роботи механізму мотивації. Реальні можливості підвищення організаційних та апаратних показників пов'язані з науковим порядком робочої сили та методами великого виробничого та технологічного обладнання. Ефективна система управління персоналом повинна функціонувати за правилами ефективної мотивації, тоді як ефективна система управління організаційно-технічними ресурсами, відповідно до правил ефективного управління робочою силою, з урахуванням горизонтального та вертикального поділу та на основі використовуваних технологій.

У міру розширення організації, її здатності збільшувати свою частку на розвинутих ринках або нових ринках, що розвиваються, здатності надавати нові послуги. Важливість дослідження ефективності управління підприємством насамперед обумовлена прагненням суб'єктів розвиватись та отримувати максимальний вплив за найменших витрат; обмеженні економічних ресурсів; адаптації до умов нових систем управління. Оскільки кожне підприємство існує для певних цілей та завдань, кінцевий результат цієї діяльності є дуже важливим.

Інформаційні джерела:

1. Череп А. В., Стрілець Є. М. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*. 2013. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727>

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ АГРАНОГО ФОРМУВАННЯ

Земляна Л.С., асп.

Науковий керівник – д-р пед. наук, проф. **В.М. Нагаєв**
Державний біотехнологічний університет

Стратегічним завданням України є ефективне використання кадрового потенціалу, що обумовлюється досягненням гармонізації основних параметрів аграрної сфери (внутрішніх чинників) та сприяння зростанню попиту на науково кваліфіковані кадри в економіці (зовнішніх чинників) [1]. Для вирішення цього завдання необхідним є побудова гнучкої, адекватної системи управління персоналом, здатної не лише ефективно реагувати на зовнішні виклики, а й сприяти формуванню перспективних напрямів розвитку економіки країни як підґрунтя її суспільно-економічного прогресу. Можна стверджувати, що система управління кадровим потенціалом являє собою систему наукових закономірностей, принципів, методів та прийомів управління найважливішою складовою господарського механізму [2]. Це система поєднує у собі теорію, практику і мистецтво управління людьми, потоками матеріальних, фінансових та трудових ресурсів.

Для досягнення цієї мети велику роль відіграє система управління кадровим потенціалом, рівень якої проаналізовано на прикладі Приватного підприємства «Агропрогрес» Кегичівського району Харківської області. На підприємстві питання кадрового менеджменту покладені на директора, інспектора по кадрах, керівників і спеціалістів господарства. Сьогодні дане підприємство є прибутковим, великотоварним комплексом. Так, виробництво валової продукції у постійних цінах 2020 р., за останні три роки збільшилося на 18,6 % і становило 38 млн 582,1 тис. грн. Середньорічна вартість основних виробничих фондів збільшилася у 1,6 рази і становила 32229,5 тис. грн. Прибуток ПП «Агропрогрес» у 2020 р. становить 4 млн 235,7 тис. грн. У 2020 р. напрям спеціалізації визначається як зерно-молочний з великою питомою вагою виробництва соняшнику.

Поряд із високим загальним рівнем розвитку підприємства, його підсистема кадрового менеджменту за останні три роки зазнає зменшення основних показників. Так, середньорічна чисельність працівників зменшилася на 17,2 % і становила 118 працівників. При цьому зменшення чисельності кадрового складу відбувається як за рахунок рядового (15,3 %), так і управлінського (19,6 %) персоналу. Однак, скорочення чисельності працюючих сприяло підвищенню

показників продуктивності. Наприклад, збільшилася виробництво валової та товарної продукції у розрахунку на 1-го працівника на 55,4 % та 46,3 % відповідно, а відношення цих показників на 1-люд.-годину – в 1,8 та 2,8 рази.

Розглядаючи систему управління керівними кадрами даного господарства, ми визначили, що більшість працівників мають вищу освіту, достатній стаж роботи і досвід. У господарстві простежується прагнення спеціалістів до підвищення кваліфікаційного рівня. Керівник та головні спеціалісти є професіоналами з гарними організаторськими здібностями. На підприємстві нами проведено експертну оцінку системи якості персоналу, яка склала 4,2 бали (коефіцієнт якості становить 0,84). При цьому у групі загального керівництва кваліфікаційні вимоги виконуються на 92 %, у групі керівників з тваринництва – на 87 %. Найбільшу оцінку мають такі показники якості: професійний інтерес до роботи, творчий характер роботи (4,7). Найнижчі показники: рівень справедливості при винагороді, гарантія робочого місця, рівень інформаційного забезпечення.

Для удосконалення системи формування кадрового потенціалу ПП «Агропрогрес» запропоновано концепцію формування висококваліфікованого кадрового персоналу на основі комплексної моделі компетенції фахівців в системі соціально-економічного розвитку підприємства. Основою компетенції має стати творча спрямованість кадрів, вміння приймати інноваційні рішення в умовах невизначеності і ризику [3]. Дана концепція має бути реалізована наступними стратегічними і тактичними задачами: розробка кадрової політики підприємства, формування принципів і цілей управління персоналом, визначення методів управління персоналом, залучення персоналу до управління організацією, формування високого рівня професійно-творчої компетентності фахівців.

Основою формування кадрового потенціалу підприємства виступає кадрова політика, що являє собою генеральний напрям кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму розробки цілей і завдань, направлених на збереження, зміцнення і розвиток кадрового потенціалу, на створення відповідального і високопродуктивного колективу.

Інформаційні джерела:

1. Виноградський М.Д. Управління персоналом: навч. посібник / М.Д.Виноградський, С.В.Беляєва. – К.: ЦУЛ, 2006. – 504 с.
2. Нагаєв В.М. Формування кадрового потенціалу аграрної сфери: освітній аспект / В.М.Нагаєв, П.О.Абременко // Вісник ХНАУ. - № 6., 2014. – С. 50-60.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ РИЗИКУ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Золотарьов І.В., гр. Ф-20 м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Жиликова**

Державний біотехнологічний університет

Підвищення конкурентоспроможності підприємства у діловому співробітництві забезпечується інноваційною діяльністю, що реалізується втіленням відповідних інвестиційних проєктів. Ключовою проблемою фінансового менеджменту у сучасних умовах стають інвестиційні рішення, які визначають напрям та ефективність використання фінансових ресурсів підприємства у довгостроковій перспективі.

Сучасні умови функціонування підприємств мають суттєвий вплив факторів макроекономічної нестабільності: зниження попиту, високий рівень конкуренції, високі кредитні ставки, карантинні обмеження. Доведено, що криза економіки може підвищити інноваційну активність бізнесу, а погіршення стану компанії породжує потужний стимул до інновацій. Незважаючи на те, що прибуток у фазі депресії малий, інвестиції в інновації мають менший ступень ризикованості, ніж інвестиції у стару продукцію, технологію чи боргові зобов'язання.

Вчений Й. Шумпетер розглядаючи інновацію як встановлення нової виробничої функції, стверджував що «інновація являє собою історичне явище, що викликає необоротну зміну виробництва товарів. Якщо замість зміни величини факторів ми змінимо функцію виробництва, то матимемо саме інновацію» [1].

У сучасних умовах українським компаніям необхідно переходити на шлях інноваційного розвитку, генерувати та впроваджувати нові інновації. Здійснення інноваційної політики на підприємстві передбачає вирішення наступних завдань: формування інноваційної політики та координації діяльності в цій області виробничих підрозділів; створення проблемно-цілевих груп для комплексного вирішення інноваційних проблем; розробки планів і програм інноваційної діяльності; забезпечення програм інноваційної діяльності фінансами і матеріальними ресурсами; розгляду проєктів створення нової продукції; забезпечення інноваційної діяльності кваліфікованим персоналом; спостереження за ходом розробки нової продукції і її впровадження.

Для активізації інноваційної діяльності підприємств потрібна наявність механізму управління інноваційною діяльністю, адекватного вимогам ринкової економіки. В даний час подібний механізм відсутній, що є однією з головних проблем розвитку підприємств на основі інноваційних перетворень. У той же час варто відзначити відсутність чіткої інноваційної політики як на рівні регіону, галузі, так і окремих підприємств і організацій. Причому для розширення інноваційної діяльності не обов'язкова наявність довгострокових інноваційних програм, досить чітко сформульованої стратегії розвитку інноваційної діяльності на рівні країни, регіону, галузі, підприємства.

Економічний механізм, що дає можливість надати стимули і гарантії для залучення інвестицій у промисловості, забезпечити бажаний кінцевий результат інвестування, дозволяє глибше вивчити інноваційних пропозиції, а інноваційні рішення зробити більш ефективними [2].

Дослідження наукової літератури дозволило зробити висновок, що більшість досліджень присвячено управлінню інноваційною діяльністю промислових підприємств, аналізу показників ефективності інноваційної діяльності великих підприємств, які мають можливість проведення власних науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. Дослідженню особливостей управління інноваційною діяльністю підприємств сфери послуг, більшість з яких має невеликі розміри, приділено недостатньо уваги.

Таким чином, для подолання бар'єрів на шляху впровадження інновацій необхідно розробити принципи побудови інноваційної стратегії підприємства. На нашу думку система таких принципів має відрізнятися для груп підприємств в залежності від їх розміру, сфери діяльності та віку.

Комплексне використання означених принципів дозволить компаніям ефективно впроваджувати вже розроблені інновації та створювати якісно нові, які відповідатимуть сучасним тенденціям наукового розвитку, що, в свою чергу, надасть конкурентні переваги підприємствам в умовах ризику та невизначеності.

Інформаційні джерела:

1. Schumpeter J. *Business Cycles* / J. Schumpeter. – New York, 1939.
2. Микитюк В. П. Підходи до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства // Науковий вісник НЛТУ України. – 2017. – № 27(7). – С. 107–111.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ «MCDONALD'S»

Золочевська Х.В., гр. МОз-10М

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.С. Ткачова**

Державний біотехнологічний університет

Корпорація McDonald's є одним з лідерів ринку швидкого харчування в світі та в Україні. Україна у 1997 р. стала 102-ю країною, яка почала розвивати корпоративну мережу ресторанів McDonald's. Станом на 31.05.21 р. у 25 містах та селах України працювало 100 ресторанів, 3 з яких є світовими лідерами щорічних обсягів продажів. За понад 20 років існування McDonald's в Україні ресторани компанії відвідало близько 670 млн. гостей; щороку – 98 млн.; щодня – близько 400 тис.

McDonald's є одним з найбільших іноземних інвесторів в Україні: компанія вже інвестувала майже 300 млн. доларів США у розвиток власної мережі та в інфраструктуру нашої країни. У планах McDonald's на 2021 р. – майже 42 млн. доларів США інвестицій і подальший активний розвиток у регіонах – відкриття більше 10 нових ресторанів. Базова стратегія стійкого розвитку компанії полягає у тому, щоб кожного року відкривати більше ресторанів, ніж минулого. Окрім відкриття нових ресторанів, McDonald's інвестуватиме у розвиток місцевих громад, налагодження співпраці з локальними постачальниками, формування системи кругової економіки роботи з відходами через впровадження програм сортування і перероблення пакування. Компанія активно змінює формат діючих ресторанів на новий – «ресторанів з досвідом майбутнього». Загалом таких ресторанів уже 40 по всій країні, їх кількість постійно збільшується.

Відповідно до операційної стратегії, McDonald's працює з локальними виробниками: 60% постачальників McDonald's в Україні – це локальні компанії. Якість і безпека продуктів мають для компанії вирішальне значення, саме тому постачальники проходять низку інспекційних аудитів у незалежній міжнародній аудиторській компанії. Близько 50 українських підприємств успішно пройшли цей відбір.

Однією з головних стратегій продажів компанії в останні роки стала мультиканальність. Завдяки цьому, попри карантин, зріс обсяг продажів через канали сервісу доставки (у 4,5 рази у 2020 р., порівняно з 2019 р.), МакДрайву та експрес-вікон. Стратегія компанії – розширювати партнерство за всіма напрямками, щоб у споживача була альтернатива. Сьогодні McDonald's активно працює з двома

операторами ринку доставки України – Glovo і Rocket. Компанія також відкрита до співробітництва з іншими операторами.

Щодо реалізації стратегії інноваційного розвитку корпорація McDonald's активно впроваджує штучний інтелект – автоматизовані програми, які спрощують процес замовлення, роблять його швидшим і приємнішим для гостя. Можливість замовити їжу на терміналі самообслуговування як інновація вже діє в українських ресторанах.

Компанія McDonald's багато років поспіль входить до рейтингу найкращих роботодавців України за версією національних медіа. У компанії працює 10 тисяч співробітників. Протягом 2020 р. під час локдаунів компанія зберегла всіх своїх співробітників; виплати працівникам під час простою ресторанів становили близько 50 млн. грн. Впровадження інновацій під час пандемії вимагало введення нових ролей персоналу у ресторанах. Так, було введено посаду експерта з гостинності. У 2021 р. компанія планує створити 4600 нових робочих місць: 1500 – у ресторанах та 3100 – у партнерів, які є постачальниками продуктів та сервісів. У компанії реалізується стратегія інклюзивності, в межах якої діє оновлена система навчання і професійної підготовки для людей з інвалідністю. Зараз понад 4% членів команди – це люди з інвалідністю, часто – з порушеннями слуху. Щодо гендерної рівності, то в українських ресторанах McDonald's 64% працівників і 66% менеджерів – це жінки.

McDonald's реалізує стратегії соціально відповідальної компанії. Однією з важливих соціальних ініціатив компанії є благодійність, зокрема підтримка Фундації «Дім Рональда МакДональда». Щороку McDonald's організовує благодійну кампанію «Долонька щастя». Тільки у 2020 р. компанія передала понад 10 млн. грн для Фундації. Збереження планети McDonald's називає одним зі своїх пріоритетів. Корпорація McDonald's поставила перед собою глобальне зобов'язання: до 2025 р. усі ресторани мережі повинні перейти на пакувальні матеріали з сировини, яку можна використовувати повторно.

Важливою для розвитку McDonald's є комунікаційна стратегія. Компанія постійно слідкує за тим, які канали є актуальними серед відвідувачів ресторанів і де їм зручніше спілкуватися. Також компанія орієнтована на надання цільовій аудиторії якісного контенту. Телебачення продовжує бути пріоритетним медіа, проте діджитал компанія також активно розвиває: у 2020 р. запущено власний Youtube канал McDonald's Fun; у березні 2021 р. компанія вийшла в Tik Tok, оскільки в цій соціальній мережі також багато її відвідувачів; в Інстаграм контент-план перелаштовується на сторіз.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Гльїн О.А., маг. 1 курс, гр. ПУ21-5м
Науковий керівник – д-р пед. наук, проф. **В.М. Нагаєв**
Державний біотехнологічний університет

Термін «електронне врядування» з кожним роком стає дедалі поширеним та актуальним в Україні. Науковець Ю. Мохова дає визначення електронного урядування як форми взаємодії органів державної влади з суспільством, бізнесом за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій з метою підвищення такої взаємодії [1]. Офіційно ж в Україні е-урядування тлумачено у Концепції електронного урядування, що була схвалена 20 вересня 2017 року, як форма організації державного управління, що сприяє ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-комунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян [2].

Варто підкреслити, що упровадження електронного урядування як складової публічного управління сприяє спрощенню взаємодії громадянина та держави, і як наслідок, переходу до здійснення публічного управління за принципом служіння суспільству, а також більш раціональному використанню ресурсів, що виражається у матеріальних та часових ресурсах. Це дозволяє зменшити (або взагалі виключити) взаємодію громадянина з уповноваженою особою, що безсумнівно знижує ймовірність корупційних ризиків, адже за відсутності прямого контакту зникає суб'єктивний фактор, а всі операції проводяться зі знеособленим набором даних, що забезпечує рівність громадян при зверненні за послугами до органів державної влади.

Україна визначила цифрову трансформацію як пріоритетну політику, що вже виявляється у нещодавніх успіхах в упровадженні систем ProZorro та eHealth, а також у забезпеченні мобільного покриття 4G та запуску електронних послуг у державному та приватному секторах [3].

Мінцифра є «локомотивом» активного розвитку електронного урядування в Україні. Так, був створений проект «Дія. Цифрова держава». У застосунку «Дія» вміщені електронні копії таких документів фізичної особи як паспорт громадянина України у вигляді ID-картки, біометричний паспорт громадянина України для виїзду за кордон, картка платника податків, водійське посвідчення, свідоцтво

про реєстрацію та страховий поліс транспортного засобу, студентський квиток, свідоцтво про народження тощо. Україна стала однією з перших країн світу, яка впровадила таку практику, що є безсумнівно зручною і корисною для звичайних громадян, адже зникає необхідність мати з собою фізичні документи, достатньо просто завантажити застосунок та авторизуватись.

Починаючи з 2003 року Організація Об'єднаних Націй (ООН) кожні 2 роки здійснює аналіз розвитку електронного урядування в країнах світу шляхом формування такого комплексного показника як Індекс розвитку електронного урядування (The UN Global E-Government Development Index, EGDI). EGDI оцінює готовність і можливості національних державних структур у використанні інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для надання громадянам публічних послуг [2]. Всі країни, що охоплені цим дослідженням, ранжуються в рейтингу на основі зваженого індексу оцінок за трьома основними складовими:

1. індекс онлайн-сервісів;
2. індекс телекомунікаційної інфраструктури;
3. індекс людського капіталу.

Так, зважений індекс України у 2020 році склав 0,7119; це більше на 0,0954 у порівнянні з 2018 р. (індекс становив 0,6165), що виводить Україну на 69 місце у загальносвітовому рейтингу (82 місце у 2018 р.) [10]. Якщо розглядати період з 2014 р., то Україна знаходиться серед 5 країн, яким притаманне найбільш стрімке зростання. Таким чином, наявна позитивна динаміка, проте розвиток електронного урядування не зупиняється і в інших країнах, тому задля підтримання конкурентоспроможності у рейтингу та підвищення якості послуг для власних громадян слід й надалі активно формувати та реалізовувати державу політику у сферах цифровізації та електронного урядування.

Інформаційні джерела:

1. Мохова Ю. Л. Інституційно-правовий механізм забезпечення електронного урядування в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 13-14. С. 93–97.

2. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 вер. 2017 р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250287124>

3. Дюжник Д. О. Електронне урядування в Україні: стан впровадження та перспективи розвитку / Д. О. Дюжник // Журнал східноєвропейського права. - 2020. - № 83. - С. 131-139. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/jousepr_2020_83_16.

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

Кравченко К.О., здоб. другого (магістерського) рівня ВО
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Бестужева**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Сучасні умови розвитку міжнародного бізнесу в умовах пандемії Covid19 висувають кардинально нові умови функціонування компаній як на національних, так і на зовнішніх ринках. І у цього контексті персонал є найважливішим ресурсом, ефективне управління яким дозволяє ставити та реалізовувати нові стратегічні та тактичні цілі компанії у сфері міжнародного бізнесу. Діяльність міжнародних компаній характеризується значною кількістю контактів із закордонними партнерами з притаманними їм крос-культурними особливостями ведення бізнесу, що обумовлює необхідність врахування національно-психологічних особливостей середовища ділового спілкування і особливостей корпоративної культури.

Під корпоративною культурою слід розуміти історично складені загальні традиції, цінності, переконання, формальні і неформальні правила поведінки адміністрації і персоналу, які дають можливість досягати гармонії в колективі, виховувати в працівників відданість організації, підвищує продуктивність праці, поліпшує процес комунікації між керівниками та підлеглими. Корпоративна культура повинна ідеологічно допомагати керівництву обирати та впроваджувати у діяльність стратегію довгострокового розвитку підприємства. За даних умов, корпоративна культура формується через сприйняття вимог ринку, ставлення до цінностей персоналу та засновника, усвідомлення свого призначення у суспільстві. На основі цих факторів будуються основні складові елементи корпоративної культури: філософія, мета, цінності, норми, корпоративний клімат, імідж [2].

Як основні завдання корпоративної культури в системі управління персоналом можна виокремити: формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі; досягнення оптимуму між умовами та факторами внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства; системна мотивація працівників до ефективної ділової активності; формування усвідомленого ставлення кожного працівника до своєї ролі й місця в системі управління підприємством; формування типу відносин як усередині підприємства,

так і поза його межами, побудованих на етичних засадах, моральних принципах і високій відповідальності [3].

На нашу думку, важливим є питання розуміння напряму діагностики та змін корпоративної культури для підвищення ефективності ведення бізнесу. У зв'язку з цим під діагностикою корпоративної культури слід розуміти сукупність методів та інструментів її оцінки для вирішення конкретних завдань у сфері управління персоналом міжнародної компанії.

У підручнику з корпоративного управління Ігнат'євої І. А., Гарафоновой О. І. Виокремлюють наступні методи діагностики рівня корпоративної культури.

1. Неформалізовані (якісні) методи включають: глибинне інтерв'ю; монографічне дослідження; вивчення правил, традицій, церемоній і ритуалів, що склалися в міжнародній компанії; вивчення практики управління, що склалася на підприємстві; традиційний аналіз документів підприємства; «обхід» підприємства; спостереження засідань, у тому числі клінічне інтерв'ю.

2. Формалізовані (кількісні) методи включають: соціологічні дослідження; модель Р. Хофштеде; модель Е. Шейна; модель Ч. Хенді; модель Д. Денісона; модель К. Камерона та Р. Куїнна; методика побудови профілів організаційної культури (OCAI); модель Т. Діла і А. Кенеді [1].

Можливості використання цих методів значною мірою залежать від галузевої специфіки діяльності компанії, особливостей її зовнішньоекономічної стратегії, ринкових позицій, особливостей системи управління персоналом, системи його мотивації.

Отже, формування системи управління персоналом міжнародної компанії на основі корпоративної культури дозволяє досягти підприємству унікальної конкурентної переваги, яка визначає доцільність використання даної концепції управління. Не менш важливим є самовідданість персоналу, даний аспект є особливо актуальним в умовах постійно виникаючих кризових явищ та жорсткої конкурентної боротьби на вітчизняному ринку.

Інформаційні джерела:

1. Ігнат'єва І. А., Гарафоновая О. І. Корпоративне управління: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 600 с.

2. Стадник В. В., Йохна М.А. Менеджмент : посібник. Київ : Академвидав, 2003. 464 с.

3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: пер. с англ. под ред. Т. Ю. Ковалевой. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 336 с.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСТВА

Кругла О.Ю., гр. маг ОіО 2-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Велісва**

Державний біотехнологічний університет

Земельні відносини в Україні регулюються чинними законодавчими актами, згідно з якими запроваджені три рівноправні форми власності: державна, комунальна і приватна. Саме на приватній формі власності і ґрунтується діяльність селянських (фермерських) господарств як самостійної юридичної одиниці.

Невеликі за розмірами і здатні досить швидко маневрувати і реагувати на ринкову потребу виробництва та його кон'юнктуру, фермерські господарства є досить стійкою ланкою ринкової кон'юнктури. Так, наприклад, у Німеччині більша частка сільськогосподарських підприємств – це сімейні ферми, у Фінляндії сільськогосподарське виробництво повністю представлене тільки фермерськими господарствами.

Саме фермерські господарства в умовах гнучкої економічної політики дають змогу ефективно поєднувати підприємницьку ініціативу селян, їх господарські можливості з державно-регіональними інтересами, соціальною сферою і стилем життя селян. До того ж, фермерські господарства забезпечують як часткову, так і повну зайнятість сільського населення та продовольчу безпеку нашої країни.

Хронологія становлення селянського господарства фермерського типу характеризується його переривчастістю. Нижня хронологічна межа пов'язана із зародженням у XVII ст. на українських землях козацьких хуторів, що стали попередниками фермерських господарств. Історики виділяють чотири історичні періоди формування селянського господарства фермерського типу, вказуючи на вплив аграрних реформ 1848, 1861, 1906-1916 рр., 1990-х років., а саме [1]:

1 період – земельні й майнові відносини (займанщина як спосіб отримання землі, регламентація козацького землеволодіння, становлення вільних господарств, соціальна мобільність селянства в козацькій державі) сприяли формуванню багатогалузевих господарств, а саме козацьких господарств, що орієнтувалися на товарне виробництво і використовували найману працю;

2 період – становлення господарств фермерського типу збігається з періодом утвердження капіталістичних ринкових відносин. Знаковими для українських земель були скасування кріпосного права і

здійснення столипінської реформи. Внаслідок капіталістичної модернізації сільського господарства та поступового пристосування його до ринкових умов відбулося масове утворення господарств фермерського типу, накопичення земельних наділів заможними селянами, утверджується таке ставлення селянина до землі, яке унеможливило виникнення ситуації, коли земля не передається від батька до сина [2];

3 період – з-поміж класових, політичних оцінок заможних селян - підприємців згадуються «селянин-власник» і «фермер». Власне заможні селяни-фермери були носіями економічного прогресу в сільському господарстві, але ставлення радянського тоталітарного режиму для заможного селянства спричинило соціальну трагедію;

4 період – становлення фермерства датується 1990-ми роками. Закон України «Про селянське (фермерське) господарство», прийнятий Верховною Радою України в 1991 р., та Закон України «Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про селянське (фермерське) господарство», який введено в дію у 1993 р., створили правові засади для створення фермерських господарств [1].

Взагалі, фермерські господарства – це економічно-правова форма підприємництва, самостійний рівноправний господарський суб'єкт організаційної системи сільськогосподарського виробництва, що займається виготовленням товарної сільськогосподарської продукції, її реалізацією чи переробкою. У своєму становленні та розвитку ця форма господарювання зазнала значних змін та зіштовхнулася з великою кількістю випробувань та перешкод.

Інформаційні джерела:

1. Нечитайло В.В. Сільське господарство фермерського типу в Україні: історія і сучасність. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2010. 436 с
2. Юрчишин В.В. Розвиток різноукладності на селі: особливості, проблеми Київ: ННЦ ІАЕ, 2004. 446 с.
3. Томич І.Ф. Терниста дорога українського фермера. До 20-річчя фермерського руху (історія становлення та розвитку АФЗУ). К.: ВД «Авіцена», 2010. 288 с.

ГІДНА ОПЛАТА ПРАЦІ ЯК СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Нежид Ю.С., здоб. третього (освітньо-наукового) рівня ВО
Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **С.І. Василюшин**
Державний біотехнологічний університет

На сьогодні важливою та актуальною проблемою сучасного менеджменту є регулювання зайнятості, зокрема розробка та реалізація організаційно-економічного механізму (ОЕМ) регулювання даної сфери виробничих відносин в аграрному секторі економіки. Процес регулювання зайнятості втілює в собі численні причинно-наслідкові зв'язки організаційного та економічного спрямування та базується на позиціях системного підходу, що дозволяє сформувати структурно-компонентний підхід для реалізації ОЕМ та дає змогу виокремити фактори впливу на зайнятість [1, с. 52]. Мотивація праці в аграрному секторі виступає важливим фактором регулювання зайнятості та посідає особливе місце в ефективному функціонуванні даного механізму.

Мотивацію праці можна охарактеризувати як усвідомлення на кожному рівні управління – важливості та необхідності здійснення дій, які будуть спрямовані на досягнення цілей, що дозволять задовольнити потреби та інтереси всіх груп стейкхолдерів. Основними мотивами зайнятості в аграрному секторі є: гідна оплата праці, задовільні умови праці, рівень соціальної відповідальності агробізнесу, можливість кар'єрного зростання, гарантія зайнятості, престижність аграрної праці. Відмітимо, що гідна оплата праці є домінантним фактором, що забезпечує формування тенденцій розвитку зайнятості населення, його добробуту та визначає вектор соціально-економічного розвитку країни.

На думку О. Шемякова гідна оплата праці забезпечує умови для попередження виникнення конфліктів у соціально-трудовій сфері між суб'єктами соціально-трудових відносин, поліпшує якість життя найманих працівників, сприяє розвитку людського потенціалу, необхідного для випуску якісної та конкурентоспроможної продукції [2].

Проаналізувавши структуру фонду оплати праці штатних працівників сільського господарства в Україні та Харківській області, виявлено значну розбалансованість складових фонду оплати праці, що є першопричиною до зменшення мотиваційної складової в процесі досягнення ефективних результатів діяльності. Частка основної

заробітної плати по Україні дорівнює 76,3 %, а по Харківській області – 82,5 %, частка додаткової заробітної плати на 4,7% нижче по області ніж в цілому по Україні. Водночас схожа динаміка простежується і щодо структури інших заохочувальних та компенсаційних виплат – на 1,5 % нижче рівня по Україні. Вважаємо, що в основу механізму регулювання зайнятості повинна бути закладена одна із складових, що визначає баланс структури фонду оплати праці, що базуватиметься на досвіді країн з розвинутою економікою, де додаткова заробітна плата виступає як ефективних засобом мотивації до продуктивної праці. Продуктивність праці є важливим показником, що дозволяє оцінити результативність праці та ефективність використання трудових ресурсів.

Також, в процесі аналізу було виявлено очевидну диспропорцію у розмірах заробітної плати за окремими галузями. Зокрема, у 2019 р. рівень оплати праці в сільському господарстві значно поступався показникам інших галузей. Він був нижчим порівняно з галуззю «інформація та телекомунікації» у два рази, «фінансовою та страховою діяльністю» – на 74,6 %, «будівництвом» – на 61,2 %, порівняно із середнім рівнем в економіці – на 13,8 %.

Таким чином, на сьогодні державна політика у сфері регулювання аграрної зайнятості повинна бути спрямована на: створення низки цільових програм розвитку зайнятості, які здатні мотивувати до зайнятості в аграрному секторі та будуть враховувати інтереси усіх суб'єктів й специфіку діяльності аграрних підприємств. Отже, забезпечення гідної оплати праці є фактором, що дозволить підвищити престижність аграрної праці та забезпечить ефективність реалізації організаційно-економічного механізму регулювання зайнятості в аграрному секторі економіки.

Інформаційні джерела:

1. Нежид Ю.С. Теоретико-методичні засади формування та реалізації організаційно-економічного механізму регулювання зайнятості в аграрному секторі економіки. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58. С. 49–55.
2. Шемяков О. Гідна оплата праці та її вплив на розвиток виробничої демократії. *Финансовый механизм решения глобальных проблем: предупреждение экономических кризисов*: матеріали наук.-практ. конф. 2012. [URL <http://www.confcontact.com/shemyakov.php>. (дата звернення 12.10.2021).

ВИЗНАЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ЕЛЕМЕНТІВ СИСТЕМИ ВПУСКУ ДВИГУНА У РОЗРІЗІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Нечепуренко Д.О., гр. 62ТС

Науковий керівник – канд. техн. наук, доц. **О.В. Блезнюк**

Державний біотехнологічний університет

Аналіз рівня задоволеності клієнтів щодо вимог підприємств до якості машин і рівня сервісного обслуговування незмінно зростають. Це пов'язано із внеском кожної окремої машини в створення прибутку.

У переважній більшості сільськогосподарських і транспортних машинах в якості силового агрегату використовується двигун внутрішнього згоряння (ДВЗ), від технічного стану якого залежить функціонування машини в цілому. Основними несправностями системи впуску ДВЗ, що зумовлюються техніко-експлуатаційними параметрами газорозподільного механізму (ГРМ) є: зменшення потужності двигуна; збільшення витрати палива і оливи; робота двигуна з перебоями або перегрівом; підвищення димності відпрацьованих газів; нестійка робота двигуна на холостому ходу та ін.

У випадках, коли достатньо знати технічний стан системи, вузла або механізму в цілому використовують діагностичні параметри для перевірки загального стану, проте, часто необхідно визначати технічний стан певного елемента системи, вузла або механізму. Для цього потрібно застосовувати параметри елементного діагностування. Найбільш трудомістким є процес визначення величини теплового зазору впускних клапанів і зміщення початкового положення фаз газорозподілу.

Процес визначення технічного стану, діагностування, проводять як за допомогою суб'єктивних – заснованих на відчуттях діагноста, так і об'єктивних – заснованих на результатах вимірювань, проведених засобами технічного діагностування способів.

Суб'єктивні способи діагностування дозволяють дати орієнтовну оцінку технічного стану об'єкта, вони мають низьку трудомісткістю, практично не вимагають спеціальних засобів вимірювання, але не дають об'єктивної оцінки технічного стану і залежать від кваліфікації і досвіду діагноста.

Діагностування, що проводиться з використанням засобів технічної діагностики, дозволяє визначати технічний стан вузлів, агрегатів, механізмів і систем машин без їх розбирання, прогнозувати терміни служби, фактично керувати їх технічним станом. Це знижує час простою машини, забезпечує значну економію коштів на її

технічне обслуговування і ремонт, а також виконання тільки необхідних операцій з ремонту і регулювання, скорочує витрату запасних частин, палива та мастильних матеріалів. При використанні тих чи інших засобів діагностування необхідно, дотримуватись умови – вартість сервісного діагностування була економічно обґрунтована, а прилади, що входять в комплект, були надійними в експлуатації.

Технічне діагностування має значний вплив на інтенсивність використання машин. Попередження відмов, оперативне їх усунення знижують простої машин з технічних причин, збільшують їх продуктивність і якість виконання операцій, що позитивно позначається на термінах виконання робіт, сприяє отриманню додаткового прибутку власникам машин.

Потреба отримання інформації визначається законами розподілу відмов, несправностей, механізмів, а також витратами, пов'язаними з технічним обслуговуванням і ремонтом. Можливість отримання інформації визначається контролепридатністю механізму і оцінюється трудомісткістю і вартістю діагностичних робіт. Класифікація способів оцінки конструктивних параметрів представлена на рисунку 1.

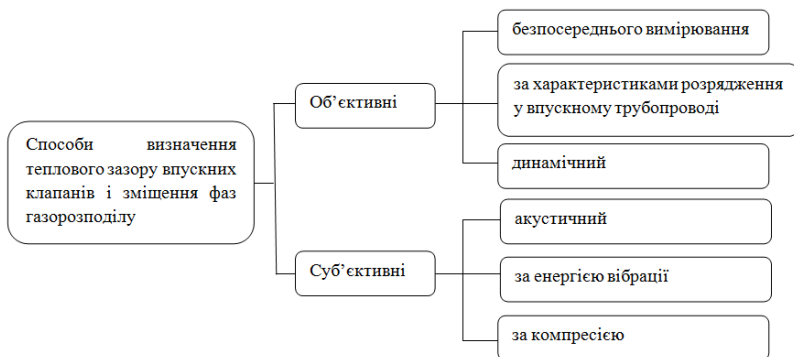


Рисунок 1 – Способи визначення теплового зазору впускних клапанів і зміщення фаз газорозподілу

При визначенні величини теплового зазору і відповідності установки фаз газорозподілу доцільно використовувати метод, який давав би повну інформацію про технічний стан і мав найменші витрати часу і коштів. Відповідно до висловлювання К.Альбрехта щодо сервісного менеджменту як організаційного підходу, що робить якість послуг, головною рушійною силою бізнес-діяльності сервісного підприємства, застосовуючи сервісне діагностування, забезпечується підвищення експлуатаційної надійності машин і рентабельності бізнесу.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ: СУТІСНИЙ ЗМІСТ ТА ФУНКЦІЇ

Павленко Е.А., здоб. ВО

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **Н.В. Проскурніна**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

На сучасному етапі розвитку економіки є досить відомим той факт, що майже кожна успішна міжнародна організація має свою корпоративну культуру. Така культура відрізняє організацію та є контролюючим механізмом, який спрямовує і формує відносини та поведінку працівників. Необхідність створення концепції та інструментів її аналізу і впливу, є однією із найважливіших складових сталого розвитку підприємства у майбутньому.

Д. Елдрідж і А. Кромбі вважають, що культура організації – сукупність норм, цінностей, переконань, які визначають спосіб об'єднання груп та окремих особистостей в організацію для досягнення встановлених перед нею завдань.

Г. Морган визначає культуру у метафізичному розумінні як один із засобів здійснення організаційної діяльності за допомогою використання мови, фольклору, традицій та інших способів передачі основних цінностей, переконань, ідеологій, які спрямовують діяльність підприємства.

Корпоративна культура виконує певний перелік функцій, які, безумовно, пов'язані з процесами, що забезпечуються нею: по-перше, це регулювання та пристосування і, по-друге, відтворення соціального досвіду [1]. До функцій корпоративної культури відносяться такі, які представлено на рис. 1:

Доцільно зазначити, що система культури підприємства певним чином впливає на людину, яка є одночасно і об'єктом, і суб'єктом її функціонування. Застосування системного підходу дає змогу врахувати взаємодію багатьох елементів різного характеру, що визначають корпоративну культуру, виділити ті, що мають найбільший вплив на об'єкт, та знайти шляхи ефективного впливу на них [2]. Це дозволяє скласти цілісну картину об'єкта та встановити закономірності його функціонування та розвитку.

Побудова системної моделі корпоративної культури підприємства дає основу для представлення зовнішніх і внутрішніх факторів у вигляді цілісного цілого, дає змогу виділити окремі підсистеми, в межах яких може здійснюватися спеціалізоване

керівництво для їх розвитку . будь-яка система характеризується входом, станом і результатом.

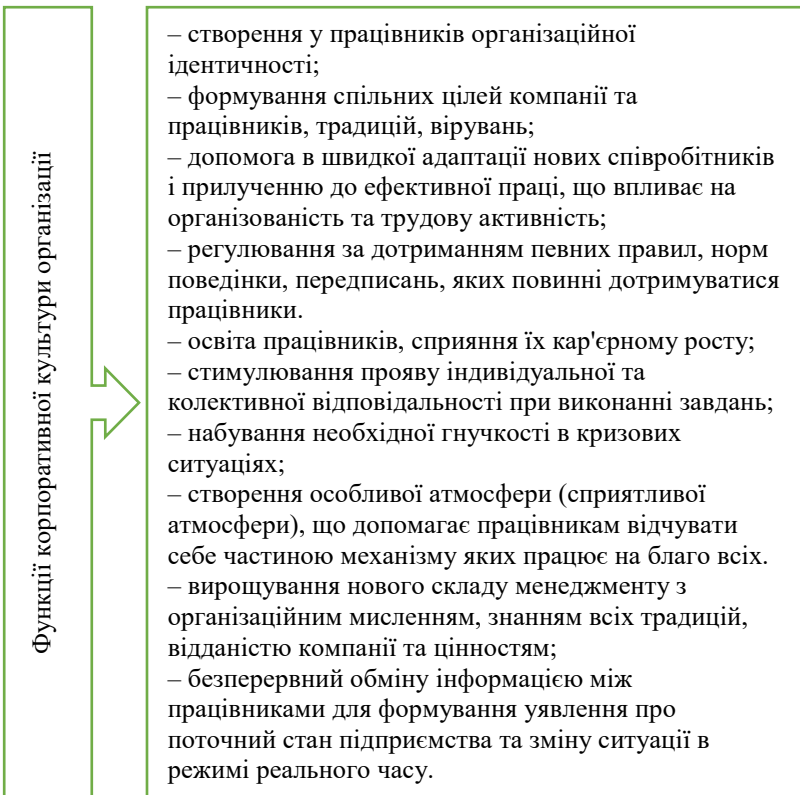


Рисунок 1 – Основні функції корпоративної культури організації

Інформаційні джерела:

1. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації. *Наука й економіка*. 2010. № 1. С.123-128.

2. Чернишова Т. О., Немченко Т. А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2010. вип. 17. С.103-108.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Ракитська А.Р., здоб. ВО

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **В.О. Козуб**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Такий важливий об'єкт управління, як конкурентоспроможність підприємства, є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованою на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг. Підтримання й підвищення конкурентоспроможності – це досить динамічний процес пристосування підприємств до вимог ринку, яким необхідно цілеспрямовано управляти. Та для українських підприємств управління конкурентоспроможністю – порівняно нова сфера діяльності. На практиці питання конкурентоспроможності на багатьох підприємствах зводяться до технічних проблем, а такі важливі аспекти її забезпечення як формування стратегії, організація управління конкурентоспроможністю, соціальні й психологічні його аспекти, враховуються мало, що і визначає актуальність дослідження цієї проблематики.

У наш час виникає велика необхідність пошуку стратегічних шляхів розвитку та забезпечення економічного зростання в діяльності підприємств. У центрі уваги науковців наразі знаходяться дослідження сутності стратегічного управління.

Через те, що кожне підприємство є унікальним, неможливо ввести єдину стратегію та застосувати універсальне стратегічне управління до всіх суб'єктів господарювання, тому процес формування стратегії для кожного є унікальним і визначається залежно від положення на ринку, поведінки підприємств-суперників, розвитку потенційних можливостей, характеристик товарів, стану економіки та багатьох інших показників.

На результативність стратегічного управління впливає дотримання процесу його здійснення, що включає такі взаємопов'язані етапи, як [1]: розроблення місії підприємства; визначення його цілей; оцінка та аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища; визначення рівня розвитку підприємства; вибір стратегії, її реалізація та оцінка.

Конкурентоспроможність одного підприємства оцінюється насамперед шляхом порівняння конкурентних позицій декількох підприємств на певному ринку. Проте, в першу чергу необхідно зважати на порівнянність таких параметрів, як потенційні можливості,

обладнання, технологія, компетенція персоналу, система управління, інновації, маркетингова політика, експортно-імпорتنі можливості, комунікації.

Високий рівень адаптації в умовах змін зовнішнього середовища є важливою для конкурентоспроможності підприємства. Швидка адаптація має забезпечуватися на основі комплексу технічних, інтелектуальних, технологічних, економічних та організаційних характеристик, які визначають його успішну діяльність на ринку. Тому, якщо підприємство є компетентним і якісний рівень компетенцій досить високий, то воно має переваги для перемоги у конкурентній боротьбі.

Для довгострокової конкурентоспроможності підприємства необхідний широкий спектр стратегічних заходів. Першочерговою проблемою тут є визначення головних факторів успіху та розробка відповідних заходів щодо їхньої впровадження. Це варіант інвестування в забезпечення довгострокового функціонування, оскільки підприємства з надійною репутацією мають лояльних споживачів, довгострокових партнерів, широкий доступ до інвестицій та кредитів [2]. Така модель дозволить виконати якісний аналіз стратегічних цілей, деталізувати їх до тактичних планів та конкретних показників та сформувані перелік змін в стратегічних планах власників.

Для вирішення цієї актуальної задачі необхідно створити дієву систему стратегічного управління, яка дозволить не тільки визначити пріоритетний напрямок розвитку підприємств, а й максимально ефективно використовувати їх потенціал, вміло реалізовувати розроблену стратегію. Існування великої безлічі визначень й видів стратегій, які сформувалися в процесі еволюції наукової думки, дозволяють адаптувати їх під конкретне підприємство, зважаючи на ситуацію, що склалася.

Інформаційні джерела:

1. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко ; 2-е вид. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.

2. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством: [навч. посібн.] / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – 2-е вид., виправлено і допов. – К.: Центр навч. л-ри, 2014. – 400 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ренкус Є. О., гр. МН 20-34м

Науковий керівник – д-р пед. наук, проф. **В.М. Нагаєв**

Державний біотехнологічний університет

Сучасний стан агропромислового виробництва гостро вимагає підвищення ефективності управлінських процесів у всіх галузях АПК. Для досягнення цієї мети велику роль відіграє наукова організація управлінської праці (НОУП), адже технологічне відставання сільського господарства України від провідних країн світу можливо подолати лише підвищенням продуктивності праці, збільшенням її енергоозброєності і високим рівнем технологізації управлінських процесів [1]. Слід відмітити, що рівень НОУП також у значній мірі визначається рівнем кваліфікації керівників та спеціалістів сільського господарства [2].

Метою наукових досліджень було обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності організації праці керівників і спеціалістів сільськогосподарського підприємства на основі удосконалення складових підсистем НОУП. У якості об'єкта дослідження було обрано Агрофірма «Чугуївська» ТОВ Чугуївського району Харківської області. Господарство спеціалізується на вирощуванні рослинницької продукції. Аналізуючи дані динамічних рядів соціально-економічного розвитку підприємства, можна зробити висновок, що за всіма основними показниками АФ «Чугуївська» ТОВ поступово втрачає системоутворюючі фактори сталого розвитку економіки. Наприклад, протягом останніх 5-ти років валова продукція зменшилася на 17 %, середньорічна чисельність працівників – на 37 %; вартість основних засобів виробництва – на 29,8 %. Аналогічні тенденції стосуються рівня технічного оснащення.

На основі проведеного моніторингу існуючого рівня НОУП, можна зробити загальні висновки щодо напрямів удосконалення складових системи організації управлінської праці в сучасних умовах сільськогосподарського виробництва. Були визначені «вузькі» місця, насамперед це стосується процесів планування, регламентації діяльності персоналу, підготовки кадрів, раціоналізації робочого часу, розробки нових організаційних проектів, що передбачає впровадження інноваційних форм і методів раціоналізації управлінської праці з урахуванням можливостей організаційної і обчислювальної техніки.

Прикладом необхідності удосконалення організації управлінської праці на виробництві є дані аналізу використання робочого часу керівниками і спеціалістами господарства. Наприклад, головні спеціалісти за результатами фотохронометражу перевищують денний робочий час у середньому на 17,2 %, що є свідченням недосконалої технічної та інформаційної оснащеності робочого місця. Також маємо застарілу ноормативно-інформаційну базу, яка негативно впливає на якісний рівень аналітичної роботи. Тому, одним з основних завдань для сучасних аграрних формувань є раціоналізація робочого часу управлінських працівників, яка повинна бути відображена у Правилах внутрішнього розпорядку, графіках використання та узгодження робочого часу і виробничих операцій.

Для аграрних формувань необхідно скласти план НОУП, який повинен стати одним з основних внутрігосподарських документів регламентаційного характеру. У ньому повинні бути визначені характер, зміст і основні напрямки дослідження і удосконалення управлінської праці. Згідно плану НОУП у структурі управління сільськогосподарських підприємств необхідно визначити центри функціональної відповідальності і забезпечити виконання наступних завдань: 1) підвищення продуктивності праці на основі розробки графіків планування робочого часу; 2) підвищення оперативності управлінських рішень на основі автоматизації і комп'ютеризації виробничого середовища керівників і спеціалістів; 3) удосконалення організації робочих місць і режиму праці; 4) впровадження системи організаційно-методичного інструктування персоналу; 5) удосконалення процесів регламентації діяльності управлінського персоналу та управлінських процесів; 6) впровадження системи нормування виробничих і технологічних процесів, що повинно знайти відображення у розробці (уточненні) норм керованості, обслуговування, чисельності персоналу, виробітку (часу); 7) поліпшення соціально-психологічних умов праці; 8) організація соціологічних досліджень з визначення мотиваційних потреб персоналу у високопродуктивній діяльності.

Інформаційні джерела:

1. Беседін М.О., Нагаєв В.М. Основи менеджменту. Оцінно-ситуаційний підхід : *підручник*. – К.: ЦУЛ, 2005. – 496 с.
2. Нагаєв В. М., Куцєпалова К.С. Напрями удосконалення організації управлінської праці в аграрних формуваннях. *Вісник ХНАУ*. – № 3. - X., 2011. – С. 59-63.

ПРОБЛЕМИ ТЕОРЕТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Ровенський Д.В., здоб. другого (магістерського) рівня ВО
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Бестужева**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

У сфері міжнародного бізнесу ціна є ключовим фактором успіху підприємства, що обумовлює необхідність поглибленого дослідження таких понять як «цінова стратегія» та «цінова політика». Слід зазначити, що на теперішній час в науковій літературі відсутнє єдине тлумачення сутності цінової стратегії підприємства. Крім того, деякі автори ототожують це поняття з ціновою політикою, що вносить плутанину у процес розробки та реалізації управлінських рішень у зовнішньоекономічній сфері.

Так, у роботі Длігач А. О. під ціновою стратегією розуміється система рішень та способів реалізації цінової політики [3, с. 128]. Кеворков В. В. та Леонтьєв С. В. вказують на те, що цінова стратегія повинна забезпечити довгострокове задоволення потреб споживачів шляхом оптимального сполучення внутрішньої стратегії розвитку підприємства та параметрів зовнішнього середовища в рамках довгострокової маркетингової стратегії [6]. Негл Т. Т. розглядає цінову стратегію як координацію взаємопов'язаних маркетингових конкурентних і фінансових рішень, ціль яких – найбільш повне використання можливості встановлення прибуткових цін [9, с. 227]. В науковій праці Гаркавенко С. С. цінова стратегія – це стратегічна лінія (план) фірми у сфері ціноутворення з орієнтацією на досягнення стратегічних цілей [1, с. 227]. В економічному словнику Райзберга В. А., Лозовського Л. Ш., Стародубцевої Є. Б. цінова стратегія – це стратегічна лінія, що проводиться продавцями товарів по відношенню до становлення цін пропозиції на ринку [11, с. 447]. В якості основи для прийняття управлінських рішень щодо цін продажу та ціни кожної конкретної угоди розглядають цінову стратегію науковці Горшунова Л. М. та Тюренков І. М. [2, с. 36].

Окремі науковці концентрують свою увагу на визначенні сутності цінової політики підприємства. Так, Ліпсіц І. В. під ціновою політикою цін розуміє «загальні принципи, яких компанія збирається досягти за допомогою встановлення цін на свою продукцію» [8, с. 19]. Єсіпов В. Є. [5, с. 262–263], Корінев В. Л. [7], Павленко А. Ф. [10, с. 10] також вказують на те, що цінова політика підприємства визначається

загальними принципами, цілями і правилами, які підприємство визначило для встановлення цін на продукцію, що виробляє. У словнику Мочерного С. цінова політика – це комплекс економічно виважених заходів щодо встановлення оптимальної ціни на товари і послуги та її регулювання залежно від попиту та пропозиції, регулюючих дій держави [4].

Отже, під ціною стратегією слід розуміти довгострокову, обґрунтовану форму діяльності підприємства, що спрямована на досягнення головної незмінної цілі підприємства в конкурентному середовищі з метою формування довгострокового ефективного функціонування підприємства.

Інформаційні джерела:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ: Лібра, 2006. 712 с.
2. Горшунова Л. Н, Тюренко И. Н. Практикум по ценообразованию: расчеты. Москва: Инфра-М, 2008. 134 с.
3. Длігач А. О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика. Київ : ВД «Професіонал», 2006. 302 с.
4. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 ; за ред. С. В. Мочерного. Київ: ВЦ «Академія», 2002. 952 с.
5. Есипов В. Е. Цены и ценообразование. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 560 с.
6. Кеворков В. В. Ценовая стратегия, Леонтьев С. В. Москва : Эникма, 2012. 312 с.
7. Корінев В. Л. Уточнення ціни з урахуванням умов реальної ринкової ситуації. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. №5(35). С. 74-86.
8. Липсиц И. В. Коммерческое ценообразование. Москва : Изд-во БЕК, 2001. 576 с.
9. Нэгл Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования: Руководство по принятию решений, приносящих прибыль. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 571с.
10. Павленко А. Ф., Корінев В. Л. Маркетингова політика ціноутворення: монографія. Київ: КНЕУ, 2004. 332 с.
11. Современный экономический словарь; Сост. Райзберг Б.А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е.Б. Москва : Инфра-М, 2006. 496 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Русалов К.Ю., здоб. другого (магістерського) рівня ВО
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Бестужева**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Сучасний розвиток міжнародного бізнесу супроводжується високим рівнем конкуренції між виробниками, загостренням боротьби за споживача, розробкою та впровадженням програм лояльності споживачів, що актуалізує проблему формування товарної стратегії підприємства. Товар як основний об'єкт діяльності підприємства у цілому та зовнішньоекономічної діяльності зокрема, є також основою товарної стратегії.

Під міжнародною товарною стратегією слід розуміти довгостроковий план по формуванню товарного асортименту підприємства з урахуванням його потенціалу та вимог цільових закордонних ринків для забезпечення збуту та отримання прибутку.

В економічній літературі виокремлюють три основні напрями формування товарного асортименту, а саме: інновація товару, диференціація товару та елімінація товару.

Так, при виборі стратегії інновації товару акцент необхідно робити на розробці та впровадженні нового товару у виробництво. В даному випадку мова може йти або про диференціацію (розробку тільки нових модифікацій вже існуючого товару на основі вдосконалення його споживчих характеристик порівняно з товарами конкурентів), або ж про диверсифікацію товару (виробництво нових товарів для освоєння нових ринків збуту).

Стратегія варіації товару пов'язана з його життєвим циклом і широко використовується при ситуації насичення ринку товаром та поступовому зниженні попиту на нього. Зрозуміло, що підприємство при відсутності можливостей запропонувати новий товар, намагається продовжити так званий етап його зрілості саме використовуючи дану стратегію варіації, або модифікації. Ця стратегія націлена на розширення сфери застосування існуючих товарів і залучення нових покупців для його купівлі. При цьому предметом варіації можуть виступати або фізико-технічні характеристики товару, або його функціональні властивості, або його зовнішній вигляд, дизайн, або надання сервісних послуг з його після продажного обслуговування, або надання додаткових гарантів по використанню тощо. Слід

зазначити, що товарна стратегія варіації спрямована не на зміну виробничої програми, а на її вдосконалення.

Товарна стратегія елімінації передбачає контроль виробництва і збуту товарів на цільових закордонних ринках для виявлення неприбуткових або ж непривабливих для покупців товарів, які тільки створюють додаткові проблеми з їх складуванням та збутом. У цьому випадку необхідно прийняти зважене управлінське рішення про можливе вилучення їх з виробництва. При цьому слід визначитись зі значущості цих товарів у загальному асортименті компанії. Якщо їх частка в асортименті є переважаючою, то мова може йти про спад зовнішньоекономічної діяльності у цілому. Тоді не можна говорити про повне закриття виробництва або ж про вихід з цільових ринків. Необхідно сфокусувати зусилля на розробці заходів для забезпечення функціонування фірми в умовах стадії спаду.

Для обґрунтування доцільності формування та реалізації міжнародної стратегії компанії доцільно використовувати такі методики:

матрицю І. Ансоффа «товар - ринок», яка поділяється на чотири базові стратегії освоєння джерел росту переваг фірми: проникнення на ринок; розвиток товару; розвиток ринку й диверсифікація залежно від новизни товару та ринку [1];

методику АВС-аналізу, який полягає у розподілі товарного асортименту на 3 групи. До групи «А» відносять частину асортименту, який забезпечує компанії до 75% виручки від реалізації; групи «В» - продукції, обсяг реалізації якої забезпечує до 20 % виручки і групи «С» - продукції, обсяг реалізації якої забезпечує до 5% виручки;

модель БКГ, сутність якої полягає в аналізі зростання ринку і частки ринку товарів фірми;

модель М. Портера, яка передбачає три основні стратегії отримання прибутку підприємством: надання переваги за витратами; диференціацію та концентрацію.

Інформаційні джерела:

1. Маркетингова товарна політика: посібник. Є. Криківський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. Львів: Львівська політехніка, 2012. – 360 с.

ОПЕРАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: ЗМІСТ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ

Сидоренко О.В., гр. МО-10М

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.С. Ткачова**

Державний біотехнологічний університет

У сучасних умовах функціонування та розвитку підприємств постійно зростає значення стратегічного управління, яке є сучасним інструментом в умовах постійних змін і пов'язаною з цим невизначеністю. Стратегічне управління покликане розширити горизонти передбачення, створити можливості для своєчасної реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища на ринках товарів, послуг і технологій. Стратегічне управління передбачає наявність у підприємства ієрархії стратегій, до складу якої можуть входити: інвестиційна, інноваційна, екологічна, соціальна, маркетингова, фінансова, операційна стратегії, стратегія персоналу та ін., залежно від структури та змісту діяльності. Операційна стратегія займає важливе місце серед інших стратегій, оскільки відповідає за розвиток операційної діяльності, за використання і розвиток виробничих потужностей підприємства з метою досягнення стратегічних конкурентних переваг. Операційна стратегія має складні зв'язки зі всіма іншими стратегіями підприємства, тому її ефективність зумовлена не тільки власним змістом, але й тим, наскільки комплексно й органічно вона взаємодіє з іншими підсистемами. Операційна стратегія підприємства враховує: вимоги зовнішнього середовища (у яких економічних і технологічних умовах підприємство намагається виконати свою стратегію); конкурентні вимоги (слабкі і сильні сторони конкурентів, їхні можливі дії); життєвий цикл продукту діяльності (товару та/або послуги) тощо. До складу операційної стратегії можуть входити: стратегія продукту діяльності; стратегія процесу; стратегія вибору місця розташування; стратегія розміщення; стратегія людських ресурсів; стратегія постачання. Найбільш важливі стратегічні рішення приймаються на рівні стратегії продукту діяльності та стратегії процесу. На практиці серед операційних виділяють стратегії: підвищення якості, диференціації, виробничих процесів, ресурсозаощадження, оптимальних витрат, лідерства за витратами, інвестування та ін.

Операційна стратегія підприємства, як правило, відповідає за: витрати на виробництво продукту діяльності, що дає можливість конкурувати за цінами; якість виробництва, що забезпечує високу

якість продукту діяльності; якість виробничих поставок, що забезпечує конкурентні переваги у швидкості та надійності поставок; відповідність виробництва попиту або гнучкість, що надає підприємству вміння успішно конкурувати на ринку товарів та послуг. За допомогою ефективної операційної стратегії можна оптимізувати використання ресурсів, процесів та технологій.

Для визначення операційної стратегії науковці виділяють чотири основних види діяльності: виробництво; постачання; транспортування; сервіс. Згідно з цим, операційні стратегії визначають як такі, що містять у собі принципи управління ключовими структурними одиницями (підприємствами, відділами продажів, центрами розповсюдження) в їх повсякденній стратегічно значущій діяльності (рекламні компанії, закупівля сировини, управління запасами, ремонт і профілактика, транспортування тощо).

На операційну стратегію суттєво впливають особливості сфери діяльності підприємства. Специфічними рисами сфери ресторанного бізнесу, обраної в якості об'єкту дослідження, є: унікальність ресторанного продукту та високий рівень його індивідуалізації; співпадіння у часі процесів виробництва, реалізації та споживання; висока міра взаємодії зі споживачем; висока працємісткість операцій; множинність зв'язків з постачальниками сировини та товарів, бізнес-партнерами, органами влади; залежність попиту на ресторанний продукт від багатьох чинників зовнішнього середовища тощо. Унікальність ресторанного продукту пов'язується з його комплексністю, що передбачає поєднання матеріальних та нематеріальних складових: продукції та послуг. Особливості ресторанного продукту закладів різних типів та класів регламентовані ДСТУ 4281:2004 у визначеннях. Так, наприклад, продукт діяльності ресторану характеризується різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування та комфорту в поєднанні з організацією відпочинку та дозволя споживачів.

Операційна стратегія як складова загальної бізнес- або корпоративної стратегії має вирішальне значення для конкурентоспроможності та успіху підприємства. Без чіткої операційної стратегії підприємства не встигають за зміною ринків і програють стратегічним конкурентам. Важливість операційної стратегії, її роль та значущість у системі стратегій підприємства підтверджується тезою Л. Геллоуея: “без чітко вираженої операційної стратегії та ефективного операційного менеджменту організація може вижити лише чисто випадково”.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Скидан В.Л., гр. ФБСС-4-1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Велісва**

Державний біотехнологічний університет

Діяльність сучасних підприємств має певні особливості, головною з яких є їх включення в процес глобалізації. За цих умов вітчизняні підприємства поступаються іноземним, адже іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможними.

На сучасному етапі конкурентний ринок характеризується стрімким зростанням вимог споживачів, що свідчить про посилення конкурентної боротьби, зміцнення позицій конкурентів і скорочення строків впровадження інноваційних технологій. Конкуренція змушує суб'єктів ринку постійно тримати під контролем дії власних суперників, ухвалювати рішення, що зумовлюють подолання негативних наслідків їхнього конкурентного тиску та сприяють стабільному розвитку суб'єкта в умовах конкуренції, тобто забезпечують його конкурентоспроможність [1].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень. За ступенем залежності від підприємства, весь набір факторів можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів можна віднести: умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість і т.д.

Під внутрішніми факторами розуміють: впровадження у виробництво нової техніки, прогресивної технології, дієвих економічних стимулів; підвищення кваліфікаційного рівня працівників; формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу та ін [2].

Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність підприємства, також є: стратегія підприємства, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції, послуг.

Крім того, конкурентоспроможність підприємства залежить від наявності у підприємства певних конкурентних переваг.

Існують два види конкурентних переваг:

– переваги у витратах – означають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати схожий товар, послугу з меншими витратами, а отже за нижчою ціною, порівняно з конкурентами;

– переваги у маркетингу – це здатність підприємства забезпечувати покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей або після продажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі ціни [3].

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції, послуг; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та післяпродажного сервісу; підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; управління (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; впровадження нових інформаційних технологій; впровадження нових фінансових і облікових технологій; аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу.

Також ключовими факторами підвищення конкурентоспроможності підприємства стають зниження витрат, диференціація і системна інтеграція.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Розвиток конкурентного ринку вимагає створення умов для підвищення рівня пропозиції високоякісних товарів та послуг, а також забезпечення публічності і інформаційної відкритості ринку за цінами і якістю послуг. Це забезпечить споживачам можливість вільного вибору продукції та послуг, зробить ціну і якість предметом конкуренції. Механізм «ціна-якість» дозволить стимулювати дослідження попиту на різні категорії продукції та послуг і проводити аналіз рівня конкуренції, підвищувати якість пропонованих товарів та послуг, знаходити оптимальний баланс між їх ціною і якістю. Все це створює умови для подальшого підвищення ефективності роботи і росту конкурентоспроможності національної економіки в цілому.

МЕХАНІЗМИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ З УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ КОНФЛІКТАМИ

Татарнікова П.О., 4 курс, гр. МН18-16
Науковий керівник – д-р пед. наук, проф. **В.М. Нагаєв**
Державний біотехнологічний університет

Динамічний розвиток аграрного сектору економіки України значною мірою залежить від відповідного рівня керованості конфліктними ситуаціями в системі управління виробничими процесами. Останні відповідно визначаються рівнем технологічного забезпечення прийняття управлінських рішень. У сучасних умовах часом виникають ситуації, коли керуюча система не забезпечує оперативність оперативної обробки та передачі релевантної інформації до об'єктів управління. Це призводить до появи організаційних конфліктів (економічних, соціальних, адміністративних та ін.), внаслідок чого підприємство втрачає важелі прибутковості сільськогосподарського виробництва [1].

Традиційна система управління конфліктами не враховує взаємозалежність динаміки конфлікту від технології прийняття організаційних рішень, що не забезпечує необхідної оперативності вирішення виробничих проблем. Сучасне аграрне формування має гармонічно інтегрувати усі види діяльності, залишаючись динамічною структурою, що адекватно реагує на зміни як в зовнішньому, так і внутрішньому середовищі. Така діяльність неможлива без з'ясування механізмів впливу конфліктів на рівень економічної безпеки сільськогосподарського підприємства, що зумовлює необхідність вирішення цих питань у взаємозв'язку з інформаційною системою аграрного менеджменту [2].

В умовах сільськогосподарського виробництва з боку керівництва вкрай важливо сприяти розвитку критичного мислення підлеглих. При аналізі важливих проблемних питань здійснювати «провокацію конфлікту» з подальшим дискусійним обговоренням, уникаючи «однорідності». Ці аспекти організаційної поведінки є підґрунтям збалансованості економічних рішень, що впливають на товарну масу прибутку, адже аналіз ефективності економічних процесів на селі доводить необхідність сприянні функціонального (позитивного) конфлікту в умовах виробництва. З метою покращання технологізації прийняття управлінських рішень у сільськогосподарських підприємствах необхідно вдосконалити процес регламентації управлінських функцій, як окремих керівників і

спеціалістів, так і структурних підрозділів. В даному випадку регламентація буде організаційним запобіжником щодо недопущення дисфункціональних конфліктів.

Для вирішення цих завдань в аграрному підприємстві необхідно реалізувати концепцію розвитку методології прийняття науково-обґрунтованих рішень спрямованих на управління організаційними конфліктами. Пропонуємо наступну концепцію: формування технологічних етапів діагностики, підготовки та реалізації управлінських рішень на основі вивчення наукових закономірностей та принципів менеджменту в системі можливості прийняття творчих науково-обґрунтованих рішень з прогнозування, попередження та вирішення організаційних конфліктів в умовах соціально-економічного розвитку підприємства.

Функціональний конфлікт розглядається як сигнал негаразду і необхідності пошуку нового оптимального рішення. Далеко не завжди конфлікт є незрозумілим і таким, що не підлягає управлінню, порушуючи інформаційну підсистему виробництва. Потенційні позитивні можливості конфлікту великі. Лише пройшовши через конфлікт, виробничий колектив може стати згуртованим системним організмом. Позитивний конфлікт сприяє як підвищенню ефективності праці колективу в цілому, так і визначенню компетентності окремих його членів. Це підтверджується багатьма експериментальними дослідженнями (конфлікт може впливати на побудову загальної інформаційної системи і прийняття рішень, зміцнення морально-етичного аспекту взаємовідносин).

Ключовим елементом процесу ефективного управління організаційними конфліктами має стати цілеспрямований механізм процесу обґрунтування, прийняття та реалізації організаційних рішень. Управління організаційним конфліктом має бути цілеспрямованим, обумовленим об'єктивними законами комплексним впливом на динаміку конфліктних ситуацій в процесі прийняття та реалізації науково-обґрунтованих рішень. Кожне аграрне підприємство, як соціально-економічна система повинно мати організаційну структуру з блоком управління прийняття і реалізації управлінських рішень спрямованих на ефективне вирішення дисфункціональних конфліктів.

Інформаційні джерела:

1. Бутов М. И. Современный социальный конфликт. – М., 2012. – 276 с.
2. Нагаев В.М. Конфликтология (курс лекцій): *навч. посібник*. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 19 с.

УМОВИ ФОРМУВАННЯ ДОВГОСТРОКОВИХ СТРАТЕГІЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Тимошенко Т.В., гр. 667се

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.Л. Носач**
Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського «ХАІ»

На сьогодні питання обґрунтування вибору моделі суспільного розвитку України, визначення напрямів економічної політики в залежності від окреслених пріоритетів, цілей, завдань, інтересів країни на довгострокову перспективу є надзвичайно актуальними. Для забезпечення реалізації економічної політики держави, сталості темпів економічного зростання і зміни його якості необхідно впровадження сучасних інструментів стратегічного планування.

Стратегія економічного та соціального розвитку країни є стрижнем системи стратегічного управління і визначає вектор розвитку на якому базуються всі елементи системи. Стратегія містить чіткі цілі і шляхи їх досягнення, а також набір заходів, що дозволяють оцінити прогрес країни в соціально-економічному розвитку.

Аналізуючи досвід країн світу, можна виділити загальні умови формування дієвої стратегії соціально-економічного розвитку:

- забезпечення прихильності нації ідеям і цілям стратегії соціально-економічного розвитку;
- консолідація суспільства навколо єдиних цілей;
- облік глобальних тенденцій розвитку;
- врахування регіональних тенденцій розвитку;
- комплексний підхід до вивчення, оцінки впливу і прогнозування соціально-економічної системи, облік взаємозв'язку і взаємодії всіх її елементів;
- багатовимірне узгодження інтересів різних суб'єктів і ієрархічних рівнів;
- чітке розуміння цілей і завдань розвитку країни у довгостроковій перспективі;
- активну участь приватного сектора, аналітичних центрів, громадськості;
- концентрація ресурсів і зусиль суспільства для реалізації стратегічних пріоритетів;
- широкі консультації на національному та міжнародному рівні;
- наявність ефективної статистичної системи, яка забезпечує достовірність, повноту і своєчасність статистичних даних;

- ефективна система казначейства, що гарантує ефективне і прозоре використання ресурсів, середньострокове бюджетування і система бюджетування, орієнтованої на результат;

- вибір черговості реалізації стратегічних пріоритетів, програм і вибір найбільш ефективних заходів державної політики серед усіх можливих альтернативних інструментів.

Довгострокові національні стратегії соціально-економічного розвитку, незважаючи на відмінності у розробці їх різними країнами, мають багато спільного в структурі. Тому при формулюванні стратегічних пріоритетів і програм розвитку експерти рекомендують звернути увагу на наступні моменти:

1. Система пріоритетів повинна бути взаємопов'язаною системою, а не являти собою набір переваг і побажань, які в комплексі суперечать один одному.

2. При визначенні стратегічних пріоритетів необхідний комплексний облік всіх зовнішніх, внутрішніх факторів і обмежень періоду.


3. Необхідно домогтися оптимальної траєкторії майбутнього руху всіх пріоритетів і програм соціально-економічного розвитку для того, щоб уникнути як мінімізації цілей, так нереалістичності індикаторів.

4. Важливо домогтися збалансованості реалізації системи пріоритетів, враховуючи їх адекватну забезпеченість фінансовими, трудовими, інтелектуальними, природними, матеріальними і іншими ресурсами.

5. При розробці стратегії соціально-економічного розвитку країни необхідно чітко визначити часові рамки планування – досягнення довгострокових цілей вимагає визначення більш коротких етапів (тобто необхідним є поєднання довгострокових планів із середньостроковими, що дозволяє періодично відсувати горизонт планування і вносити необхідні корективи).

Отже, головна суть стратегії соціально-економічного розвитку – це не просто набір цільових орієнтирів, а чітко вибудована програма конкретних дій, які необхідно вжити в довгостроковій перспективі для досягнення поставлених цілей. В країні на законодавчому рівні повинна бути затверджена і прийнята до реалізації довгострокова стратегія соціально-економічного розвитку, яка стане єдиною основою комплексної системи стратегічних документів країни. Україні слід вивчати досвід розвинених країн і трансформувати його в практику розробки, затвердження та реалізації власної стратегії соціально-економічного розвитку.

Секція 6
МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ



**INDICATORS OF THE FEASIBILITY OF PRODUCING BARLEY
FOR BREWING USE IN UKRAINE**

Kuzina V., PhD student

Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaiev

Brewing barley is a specific grain product, the efficiency of which is determined only by sales for its intended purpose. That is, the farmer has a clearly defined sector of sales of malting barley for its intended purpose, outside of which barley is sold as feed grain, at significantly lower prices, and the economic efficiency of its production has another dimension in terms of the ultimate goal of production. Exploring the growing practice, we have encountered a dilemma where farms that have grown brewing barley and are unable to sell it for its intended purpose due to lack of demand or non-compliance with quality requirements of the consumer have been forced to take a loss by selling it as fodder.

The current situation on the market of malting barley in Ukraine requires the scientist to clearly define the algorithm of actions to ensure effective production of malting barley in the European dimension of quality requirements and justification of the threshold of feasibility of agricultural enterprises in this production area. The cultivation of malting barley is, in fact, the end effect of the direction of production, which is completely dependent on demand for quantity, quality and price.

Guaranteed demand for malting barley depends on the economic situation in the country, the state of development of the grain processing - malt industry, the establishment of industrial and commercial relations between market-forming substances - enterprises of malt and agro-industrial industries. Quality is shaped by genetically determined traits of the variety, soil and climate conditions, the perfection of technology and the organisational and managerial skills of the farmer. The price of grain is primarily formed as a balance of supply and demand, depending on the

price situation in the feed barley market and, unfortunately, secondarily on the resource costs of the enterprise.

Realizing that the competitiveness of products is laid at the design stage of production activities and is achieved through factors determining among them the sales channel, price and quality, we offer the agricultural producer in determining the feasibility of production activities for growing barley for brewing to be guided by the following criteria (table 1):

Table 1 – Classification of indicators for determining the feasibility of malting barley grain production

Indicators	Evaluation parameters
Consumer demand in the market and the marketing and logistics capacity of agricultural enterprises	Market capacity and sales directions; market conditions, trends; territorial distance between market-forming substances (supplier and consumer); presence / absence of an agreement or protocol of intent to cooperate; practice/experience of production and commercial relations between market-forming substances (long, episodic, absent); well-established marketing and logistics activities in the agricultural enterprises
Comparative effect	The share of barley in the structure of the production program of the enterprise; technological level and comparative effect of natural and cost indicators for the period of 3-5 years of existing and recommended technologies for growing barley in brewing and fodder areas
Resource provision	Soil and climatic conditions of the growing area; - technical equipment of the agricultural enterprises to ensure compliance with the specifics of the technology of cultivation, refining, storage and transportation of grain; provision of financial resources
Brewing grain quality	Genetic varietal purity; viability; humidity; protein content; grain size

Source: compiled from a consolidated analysis

Within these indicators, the degree of influence of each factor on production efficiency is assessed by expert scoring as a ratio of the sum of the scores given by all experts in the field to the total sum of scores, the feasibility threshold and the integral risk index of production activity in the malting barley growing sector are determined.

Indicators of economic efficiency of an enterprise in the malting barley sector are integrated assessment indicators of the level of its production,

commercial and logistical activity and management skills, which help to identify pain points and risk levels in its activities, determine the main directions and the most effective ways to improve the efficiency of the enterprise in order to make an informed management decision. Practice shows that it is on the basis of the above indicators that a farmer can make the right decision about the advisability of growing malting barley on the farm.

**ADVERTISING IN THE SYSTEM OF INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION METHODS
(РЕКЛАМА В СИСТЕМІ ІНТЕГРОВАНИХ
МЕТОДІВ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ)**

Агафонов Р.О., гр. МР-30

Наукові керівники – **О.М. Муравйова, М.І. Крупей**
Державний біотехнологічний університет

In the last years, there could be seen incredible evolution as for new tools of modern marketing. Direct activities bypass any intermediaries and communicate directly with the individual consumer. Direct mail is personalized to the individual consumer, based on whatever a company knows about that person's needs, interests, behaviors, and preferences. Traditional direct marketing activities include mail, catalogs, and telemarketing. The thousands of "junk mail" offers from credit card companies, bankers, and charitable organizations that flood mailboxes every year are artifacts of direct marketing. Today, direct marketing overlaps heavily with digital marketing, as marketers rely on email and, increasingly, mobile communications to reach and interact with consumers.

Direct marketing can offer significant value to consumers by tailoring their experience in the market to things that most align with their needs and interests. If you're going to have a baby (and you don't mind people knowing about it), wouldn't you rather have Target send you special offers on baby products than on men's shoes or home improvement goods? Additionally, direct marketing can be a powerful tool for anticipating and predicting customer needs and behaviors. Over time, as companies use consumer data to understand their target audiences and market dynamics, they can develop more effective campaigns and offers.

Personal selling uses in-person interaction to sell products and services. This type of communication is carried out by sales representatives, who are the personal connection between a buyer and a company or a

company's products or services. In addition to enhancing customer relationships, this type of marketing communications tool can be a powerful source of customer feedback, as well.

Salespeople can also offer many customized reasons that might spur a customer to buy, whereas an advertisement offers a limited set of reasons that may not persuade everyone in the target audience.

As for new tools of modern marketing communication that can be divided into four groups, the first one is called Fixed stars: E-mailing, Word of mouth, Local related search. The second group with QR codes, Micromarketing, HR branding is going to disappear, and their use will go down.

On the opposite side are standing Guerilla marketing, marketing automation, Real-time marketing, Social commerce, Social customer relationship management. These are the trends with the predicted success.

Among the actual trends, there are the following tools of modern marketing communication: remarketing, social media, viral marketing, mobile commerce, video marketing. Telemarketing contacts prospective customers via the telephone to pitch offers and collect information.

For further analysis, we need to define some of the tools mentioned above. As for the Word of mouth, QR codes, Real-time marketing the main attention will be paid to social media marketing. These tools of marketing communication were chosen because respondents most frequently mentioned them in primary research. Word of mouth (WOM) marketing is focused on inducing the effect of "advertising" between customers themselves. Generally, WOM raises new, surprising or different topics.

QR codes (QRC) in advertising and product communication are used very frequently. They can refer to websites, coupons, and may also include a complete electronic business card.

Real-time marketing (RTM) is based on up to date events. The difference between marketing and real-time marketing is that instead of creating a marketing plan in advance, real-time marketing is creating a strategy focused on current, relevant trends and immediate feedback from customers. Real-time marketing aims to connect consumers with the product or service that they need now, at the moment.

Social media marketing (SMM) is one of the fastest growing communication technologies in the Internet environment. It refers to Internet-based online media in which individuals with common interests, goals, and practices engage in social interactions constructing personal profiles and sharing information and experiences. Social media represents a variety of forms such as social networks (e.g., Facebook), photo sharing sites (e.g., Flickr, Photobucket), video creating and sharing sites (e.g., YouTube), online communities, microblogging tools (e.g., Twitter), social

tagging (e.g., Digg), newsreaders (Google Reader), public Internet boards and forums, blogs, tagging sites, podcasting, wikis, and individual websites.

The use of internet-based social media technologies has enabled entrepreneurs to quickly and conveniently share their business experiences. Shared information on social media sites is recognized as an important information source which may influence decision making for potential buyers. Results showed that identification and internalization are critical determinants that positively increase actual business experience.

УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ

Бабко Н.М., канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет

У сучасних ринкових умовах господарювання важливість створення і управління торговими марками багато в чому залежить від стану їх конкурентоспроможності на ринку. Кількість нових товарів і послуг стрімко збільшується, внаслідок цього першочерговим завданням виробників є проблема активізації уваги потенційних споживачів.

Актуальність управління брендом підприємства, його просування до рівня впізнаваності залежать від якісного управління торговою маркою, яка в перспективі забезпечить їх стійкі конкурентоспроможні відмінності в уяві споживачів. Можна відзначити, що сьогодні стає необхідним вирішення проблеми формування образів торгового бренду і боротьба за місце в сприйнятті споживачами, результатом чого є наявність емоційних мотивів у купівельній поведінці потенційних споживачів [1, с. 106].

Найголовнішим завданням успішного процесу управління торговою маркою є створення і підтримка правильної взаємодії компанії з факторами зовнішнього середовища для забезпечення його конкурентоспроможних особливостей, тому маркетинг в сучасних умовах об'єктивно займає одне із основних місць в структурі довгострокового і ефективного управління підприємством.

Сьогодні, якщо підприємство здійснює довгострокові плани по збільшенню своєї частки на певному сегменті ринку, воно може зробити це або за рахунок збільшення продажів продукції певним покупцям, або за допомогою отримання лояльності залучених споживачів і конкурентів, або за рахунок формування і розвитку нових ринків. Слід зазначити, що для здійснення конкурентних

довгострокових планів підприємства важливість маркетингу і значення важелів впливу брендингу є винятковими. Для того щоб правильно обґрунтувати маркетингові стратегії і заходи бренд-менеджменту, підприємству важливо провести комплексне дослідження ринку, проаналізувати впізнаваність торгових марок, а також позитивні і негативні асоціації споживачів з власним брендом [2, с. 122; 3, с. 66].

На нашу думку, процес створення і реалізації бренду повинен мати такі результати: покупці без помилок мають впізнавати торгову марку серед подібних товарів за окремими його ознаками або маркетинговими комунікаціями; уявлення, почуття, знання і думки покупців про торгову марку повинні виходити за межі призначення і якості продукції або послуг даної категорії; повинна існувати група споживачів, які є прихильниками даного бренду (від надання переваги до глибокої відданості); наявність довгострокової тенденції розвитку цінності бренду і інвесторів, які готові вкласти кошти в подальший розвиток бренду.

Сьогодні бренд для того, щоб бути успішним, повинен послідовно забезпечувати якість і задоволення потреб споживачів, мати відмінність від конкурентів, бути актуальним, індивідуальним, зручним і доступним для потенційних споживачів, адже успішний бренд – той, який представляє справжню лояльність і відданість, забезпечує рівень якості, довіри, зручності, гарантії і привабливості, за які споживачі готові платити [4, с. 460].

Таким чином, торгова марка поступово стає методом корпоративної впізнаваності, стимулює прихильність покупців, яких більше хвилює придбання продукції або послуги певного бренду, ніж потреба у ньому, вони є більш терпимими до змін на ринку, особливо до підвищення цін.

Інформаційні джерела:

1. Бабко Н. М. Модель 4D брендингу в культурі. Бренд-менеджмент : маркетингові технології : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.). Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 394 с. С. 105-108.

2. Бабко Н. М. Особливості бренд-стратегії міста. Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених, 28–29 квітня 2021 р. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2021. С. 121-123

3. Гринько А.О. Атрибути бренду як складова процесу брендингу. Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток : мат. II Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. Харків : ХНТУСГ, 2020. 333 с. С. 65-68.

4. Носкова К.С., Інструменти цифрового брендингу. XVII-й Міжнародний форум молоді "Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі". Збірка матеріалів форуму. Харків: ХНТУСГ. 2021. 460 с.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ НА РИНКУ B2B

Василенко С.О., гр.МРз-30М

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Прядко**

Державний біотехнологічний університет

Конкуренція будь-якого рівня неможлива без технологічних новинок, що з'явилися на ринку в останні десятиліття. У той же час важливо, щоб організації як в сфері B2B, так і в сфері B2C мали чітке уявлення про цілі, заради яких впроваджуються нові технології. Маркетинг в B2B – відносно новий напрямок, сформований на основі тривалого паралельного розвитку і подальшої інтеграції промислового маркетингу, підприємницького маркетингу і B2B-маркетингу в інтернеті. Є підстави вважати, що з точки зору важливості для сучасної економіки та загального обсягу транзакцій ринки B2B все більше перевершують ринки B2C.

Тенденція цифровізації різних суспільних сфер у глобальному масштабі є очевидною. 2020 рік наочно показав, що інвестиції в цифрову трансформацію стали обов'язковими для бізнесу B2C. І B2B-компанії змушені прискорено входити в цифровому просторі раніше, ніж їм хотілося або до чого вони були готові. За оцінками аналітичних компаній Business Insider і eMarketer у 2020р. обсяг глобальної електронної торгівлі склав 3,914\$ трлн., при цьому частка роздрібно торгівлі в eCommerce склав 13,2% загального обсягу роздрібно торгівлі [1]. B2B компанії зрозуміли, що цифрові технології – ключ, який задовольняє і перевищує потреби сучасних керівників, які приймають рішення. Для збереження і зміцнення конкурентних позицій необхідно переорієнтуватися з продуктоцентричної стратегії на клієнтоорієнтовану.

Однією з необхідних інновацій у взаєминах з партнерами і просування продукції для ринку B2B стає створення холістичного досвіду клієнта (Holistic Customer). Розуміючи те, як створюється холістичний досвід клієнта щодо бренду. Керівництво компанії може адекватно розставляти пріоритети про прийняття окремого рішення, щоб з кожною зміною компанія рухалася у бік релевантності та актуальності.

Холістичний досвід складається з наступних складових:

- досвід від бренду (brand experience): емоційний досвід і раціональне ставлення до бренду, які Ви хочете, щоб клієнти мали перед, під час і після кожної взаємодії з брендом;

- досвід клієнта (Customer experience): сума відчуттів клієнта від всіх торкань з брендом, що зливаються в один емоційний стан клієнта;

- призначений для користувача досвід (user experience): відчуття клієнта від безпосереднього продукту, інтерфейсу, взаємодії з представниками бренду, відчуття користі, що включає в себе графічний дизайн, оформлення продукту, призначений для користувача інтерфейс, комунікації та подачу інформації

Інвестиції в цифрову трансформацію і цифровий досвід, орієнтований на клієнта – можливість для B2B-брендів виграти. Дві третини компаній B2B прагнуть інвестувати в цифрові бізнесмоделі і змінити засіб обслуговування клієнтів в майбутньому.

Таким чином, B2B-компаніям в забезпеченні світового рівня обслуговування клієнтів в цифрову епоху необхідно:

- розробка стратегії холістичного досвіду;

- визначити, як саме досвід клієнтів буде забезпечувати обіцянку бренду, і як цифровий і людський досвід будуть взаємопов'язані;

- інвестувати в корисні цифрові інструменти і розглянути можливість створення цифрового центру передового досвіду, що складається з фахівців в різних галузях: веб-сайт, SEO, eCommerce, маркетинг та продажу.

Цифрові технології відіграють вирішальну роль в тому, щоб бренди могли надавати клієнтам досвід світового класу. Багато B2B-компаній інвестують в цифрові технології, бренди, які відстають на даному етапі ризикують ніколи не наздогнати їх. Відсутність уваги до впровадження технологій і недостатня підтримка на місцях можуть знизити якість комунікацій в B2B ринку, а потім привести до зниження продажів, що слід враховувати компаніям, які тільки починають розробку подібних діджитал-рішень.

Інформаційні джерела:

1. Global Ecommerce 2020 от eMarketer: основные факты / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/global-ecommerce-2020-otemarketer-osnovnye-fakty.html>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В АГРОВИРОБНИЦТВІ

Дмитренко А.А., гр. МР19-56

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Т.М. Квятко

Державний біотехнологічний університет

На даному етапі економічного розвитку маркетинг ще не має досить широкого впровадження в сфері аграрного виробництва. На нашу думку, така ситуація пояснюється тим, що більшість керівників аграрних підприємств схиляється до думки, що роль маркетингу, в умовах коли на ринку не має перевиробництва товарів, мізерна, а тому впровадження його в процес діяльності господарства є невиправданим.

Аграрний маркетинг є набагато складнішим в порівнянні з промисловим та іншими видами маркетингу. Така ситуація пояснюється тим, що в аграрному секторі у процесі реалізації маркетингу використовують різноманітні способи, методи та прийоми через те, що виробляється продукція за різними видами, напрямками, значенням тощо [1]. Одна продукція виступає в ролі товарів першої необхідності, інша – як доповнення. Також, досить часто, в структурі малих агропідприємств маркетинговою діяльністю займається керівник підприємства або фінансовий відділ, а не спеціаліст з маркетингу. Таким чином, складність аграрного маркетингу в порівнянні з промисловим обумовлена, як об'єктивними так і суб'єктивними умовами його функціонування [2].

Маркетинг в аграрному секторі має свої особливості, які зумовлені специфікою виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції [3]. До особливостей агромаркетингу відносять:

- залежність діяльності суб'єкта економічних відносин від природно-кліматичних умов;
- сезонність виробництва;
- роль та значення продукції аграрного виробництва в житті споживачів;
- розбіжність періоду виробництва (продукції отримують 1-2 рази на рік) та робочого періоду (триває цілий рік);
- велика різноманітність організаційних форм власності – товариства, кооперативи, приватні підприємства тощо;
- нерівномірний рівень реалізації маркетингу в практичній діяльності аграрних підприємств;

- різноманіття форм власності на землю, засоби виробництва, продукцію, яка призначена для реалізації.

На сьогоднішній день рівень конкуренції на вітчизняному ринку аграрної продукції досить високий. А тому для реалізації ефективної діяльності суб'єктам економічних відносин необхідно послідовно впроваджувати агромаркетинг, який дасть можливість господарству розбудувати фундаментальну стратегію свого розвитку.

Інформаційні джерела:

1. Квятко Т.М., Вітковський Ю.П. Агромаркетинг в Україні: аспекти розвитку. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2019. Вип. 206. С. 193-201.

2. Rudenko, S. V., & Mykolenko, I. G. Strategic management conceptual principles of agricultural enterprises competitive behavior. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 2. С. 48-53.

3. Sievidova I., Olynyk T., Chorna A., Vitkovskiy Yu. Problems and prospects of budgetary financing of social protection in Ukraine. *European Journal of Sustainable Development*. 2021. Vol. 10. № 2. С. 219-230.

SOCIAL MEDIA ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ

Кучер Є.С., гр. МР19-46

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.М. Бабко**
Державний біотехнологічний університет

На сьогоднішній день сфера туризму активно застосовує сучасні технології і маркетингові стратегії. Стрімкий розвиток пошукових систем, занурення середньостатистичного споживача туристичних послуг в Інтернет-середовище відіграє важливу роль в збільшенні числа подорожуючих, які можуть планувати свої поїздки та обирати туроператора, застосовуючи інструменти Social Media.

Соціальні медіа внесли революційні зміни в комунікативні зв'язки з клієнтами туристичних компаній.

До основних інструментів Social Media можна віднести [1, 3]:

- сайти, блоги, спільноти, форуми, рейтинги, LiveJournal;
- Following – збільшення кількості підписок на акаунти та спільноти у соціальних мережах;
- створення нових електронних засобів масової інформації;
- партизанський, вірусний, провокаційний маркетинг;
- SEO (розкритка та оптимізація сайту);

- реклама і різні акції в Social Media та ін.

Наразі туристична індустрія широко використовуючи всі інструменти Social Media, проводить заходи щодо просування, проведення PR-кампаній та рекламних акцій. Соціальні мережі на сьогоднішній день – це один із найпростіших і швидких способів донесення інформації до потенційного споживача.

Social Media як інструмент маркетингу, в тому числі й у туристичній сфері, мають ряд переваг [4, 5]:

1. Зниження витрат. Більшість соціальних медіасайтів на сьогодні є безкоштовними, а тому компанія витрачає мінімум коштів для створення профілю і обміну інформацією.

2. Соціальна взаємодія. Дослідження споживчої поведінки показують, що люди стали більш уважно розглядати рекомендації та інформацію онлайн, враховувати відгуки третіх осіб.

3. Цільовий ринок. Використання реклами з розширеними можливостями таргетингу дає можливість показу оголошень лише цільовій аудиторії.

4. Онлайн обслуговування клієнтів. Соціальні медіасайти пропонують різні типи посилань з метою максимального спрощення процесу купівлі.

5. Інтерактивність. Компанії пропонують потенційним і дійсним споживачам заповнення різних онлайн форм з метою опитування, пропонують взяти участь у дослідженнях і т. ін. з метою визначення напрямку діяльності та орієнтації на клієнтів у майбутньому.

Отже, ми можемо відмітити, що в даний час з використанням різних інструментів Social Media, таких як сайти, соціальні мережі чи блоги, споживачі туристичних послуг мають можливість отримати інформацію швидко і в найменших деталях. Користувач, перебуваючи на сайті туристичної компанії може залишати коментарі, писати розгорнуті відгуки, виставляти оцінки, обмінюватися думками, робити перепублікацію цікавої інформації на свою сторінку, де її побачать інші користувачі і т.д. У зв'язку із загальнодоступністю інформації, в тому числі і негативної у мережі Інтернет, туристичні компанії повинні прагнути до досконалого сервісу з метою збільшення кількості лояльної аудиторії.

Інформаційні джерела:

1. Заболотна Ю. О. Маркетингові тренди 2021 року. Тези доповідей конференції «Дні студентської науки», Львів, 13-14 травня 2021 р. [Відп. ред. Кіндрат О.В. ; Факультет економіки та менеджменту ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького]. Львів : СПОЛОМ, 2021. 228 с. С. 83-84.

2. Науменко І.В., Співак С.І. Особливості маркетингових комунікацій в інформаційних мережах. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 1. С. 297–303.

3. Онопрієнко К.С. Використання соціальних мереж в маркетингових дослідженнях. Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. засн. ХНТУСГ/ Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків : ХНТУСГ, 2020. 333 с. С. 223-226.

4. Тимчур Г. М. Особливості маркетингу в мережі інтернет. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток»: до 90-річчя заснування ХНТУСГ, 30 квітня 2020 р. Харків: ХНТУСГ, 2020. С. 237-239.

5. Mandych O., Mykytas A., Babko N. Communication as the basis of business and marketing activities. The III International Science Conference on E-Learning and Education, February 2–5, 2021, Lisbon, Portugal. 390 p.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У СТРАТЕГІЧНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мандич О.В., д-р екон. наук, проф.

Квятко Т.М., канд. екон. наук, доц.

Бабко Н.М., канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет

Ефективність прийняття рішень в процесі господарської діяльності залежить від потоку інформації, яку отримують суб'єкти економічних відносин стосовно маркетингового середовища, в якому вони функціонують. Наявність та достовірність цієї інформації дає змогу господарствам пристосуватися до швидкозмінних умов, а головне – знизити вплив ризиків. У процесі вивчення бізнес-середовища суб'єкт економічних відносин розраховує низку аналітичних показників, що характеризують ефективність його маркетингової діяльності на певному сегменті цільового ринку.

Основою для проведення таких розрахунків є маркетингові дослідження зміст яких полягає у вивченні теоретичних та аналітичних аспектів кон'юнктури ринку. Наразі в Україні фіксується тенденція до зростання потреби суб'єктів бізнес-діяльності у проведенні маркетингових досліджень. Так, наприклад, 63 % вітчизняних компаній у процесі своєї діяльності користуються результатами маркетингових досліджень.

Сьогодні аграрний сектор економіки України знаходиться у стадії трансформації, яка характеризується намаганнями державної політики

реалізувати заходи, що сприяють активізації інноваційної діяльності в аграрній сфері [1]. Вагоме місце у цьому процесі належить маркетинговим дослідженням, які є фундаментальною основою ефективного розвитку маркетингу в агробізнесі. Однак, агромаркетинг має свої, як теоретичні так і практичні особливості, які визначають специфіку проведення маркетингових досліджень на цільовому ринку аграрної продукції. Проте, вважаємо, що доречно виділити єдині принципи, які визначають процес реалізації маркетингових досліджень на практиці:

- дослідження динаміки попиту з урахуванням прогнозованих тенденцій розвитку ринку, застосування даної інформації у процесі прийняття управлінських рішень;

- орієнтація виробництва на потреби споживачів;

- застосування складових комунікаційної політики (реклама, PR, пропаганда, стимулювання збуту, бренд-айдентика та ін.) у процесі формування попиту на продукцію [2].

- До основних проблем, з якими зіштовхуються маркетологи в процесі проведення маркетингових досліджень на ринку аграрної продукції доцільно віднести:

- нерозуміння управлінським апаратом ролі маркетингових досліджень в процесі прийняття господарських рішень;

- недовіра керівництва аграрних підприємств до даних, що отримані в результаті проведення маркетингових досліджень;

- низький рівень кваліфікації осіб (аналітики, інтерв'юєри), які проводять дослідження на відповідному сегменті цільового ринку;

- суб'єкти агробізнесу досить часто економлять кошти саме на маркетингових дослідженнях (взагалі не проводять їх або ж проводять власними силами (не маючи спеціальної підготовки та досвіду) майже не орієнтуючись на запити споживачів).

Однак узагальнюючи тенденції розвитку вітчизняного сегмента ринку маркетингових досліджень у аграрному секторі, можна відмітити, що наразі даний сегмент ринку є практично структурованим за рівнем цін та аналітичною обробкою одержаної інформації.

Розглядаючи маркетингові дослідження, як невід'ємний елемент системи стратегічного менеджменту агропідприємств, необхідно брати до уваги, що процес їх організації та практичної реалізації потребує належних ресурсів, теоретичної підготовки, практичного досвіду, узгодженості всіх етапів проведення тощо. Також доцільним є створення єдиного інформаційного поля через центри маркетингових досліджень. Головною складовою роботи даної системи має стати функціональний зв'язок всіх складових елементів ринку аграрної продукції.

Інформаційні джерела:

1. Вітковський Ю.П. Агромаркетинг в Україні: аспекти розвитку. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2019. Вип. 206. С. 193-201.
2. Квятко Т.М. Бенчмаркінг – основа ефективного розвитку підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: економіка і менеджмент*. 2013. Вип. 5. С. 126-129.

SMM СТРАТЕГІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ХАРКОВА

Посохова С.В., гр. МР-39

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Афанасьєва**
Державний біотехнологічний університет

Сьогодні для збереження бізнесу на перший план виносяться питання здійснення трансформацій у діяльності підприємств ресторанного бізнесу та розроблення інноваційних рішень, особливо таких, що привертають увагу потенційних споживачів, викликають довіру та збільшують обсяги замовлень. Саме в цьому допоможе такий інструмент як SMM стратегія.

Соціально-медійний маркетинг (SMM) стає інструментом впливу на свідомість споживачів через канали соціальних платформ. Метою SMM стратегії є:

- зацікавлення споживача;
- поліпшення якості або чисельності цільової аудиторії;
- зміна звичок покупців щодо замовлення страв та напоїв; просування закладу та підвищення лояльності до нього;
- чітке відбудовування від конкурентів, а також залучення нової аудиторії.

Унікальність соціальних медіа полягає в тому, що вони дають можливість підприємству взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій.

Інструментами SMM стратегії є: ком'юніті-менеджмент, контент-маркетинг, робота з інтерфейсам та з лідерами думок, а також моніторинг та аналітика.

Для характеристики SMM стратегій ресторанів Харкова нами обрано заклади з цікавою концепцією преміум сегменту мережі First Line Group: «Gorcafé 1654», «Італійська редакція» та ресторанного замиського комплексу «Наша дача» із тієї ж мережі. На нашу думку, маркетингова діяльність цих закладів є найкращим прикладом

відображення діючої сили соціально-медійного маркетингу у закладах харчування Харкова.

У SMM стратегії ресторану «Наша дача» спостерігається тренд анімованих фотографій, інтерактивних текстів на відео, використання UGC контенту (user generated content – контент, створений клієнтами), «смачний» опис страв, сторітеллінг із цікавими розповідями у сторіс, формування текстових посилань від імені корпоративного героя – бабусі, яка з нетерпінням чекає своїх дітей або онуків на дачі – всі ці інструменти є сильними ключовими сторонами SMM стратегії просування ресторану.

В порівнянні з «глянцевим» контентом «Нашої дачі», ресторан «GorSAFE 1654» радує своїх підписників неформальним візуальним контентом та дружлюбним top voice, копірайтер ресторану звертається до аудиторії як до самих кращих друзів. Акаунт здебільшого складається з фотографій страв, інтерактивних анімацій згідно фірмового стилю закладу, дуже інтригуючих сторіс та атмосферних фото ресторану, які дають змогу відчувати «настрій» ресторану.

Акаунт ресторану «Італійська редакція» в соціальній мережі Instagram привертає увагу своїми нестандартними фотографіями та тематичними анімаціями фірмового стилю. Страви привабливо виглядають на яскравих фото-фонах, а фото-репортаж з вечірок так і вабить скоріше заглянути у це місце. Айдентика та візуальний контент ресторану має веселий розважальний характер, чітко передаючи концепцію закладу

Проведений аналіз SMM стратегії лідерів ринку серед ресторанів Харкова дозволив визначити основні проблеми в цьому напрямку в закладі ресторанного бізнесу «Green Cafe». А також розроблено низку рекомендацій щодо вдосконалення SMM стратегії цього закладу. Зокрема, визначено цільові аудиторії та за кожною з них розроблено пропозиції щодо інструментів SMM, створено контент-план з двох розділів – стрічка та сторіс, та з п'яти підрозділів: рубрика/час, хештеги, формат публікації, візуал публікації, текст. Контент поділявся на 3 типи: інформаційний, той, що залучає і той, що продає.

Редизайн акаунту ресторану «Green Cafe» в Instagram дозволив нам створити іміджевий акаунт бренду згідно його фірмового стилю для впізнаваності бренду у соціальних мережах та збільшення лояльності цільової аудиторії. Нами були розроблені хайлайтс профілю, додано фон для логотипу ресторану та створена єдина стрічка, яка є точним відображенням меню ресторану, з місцем під «живі» фото з локаціями закладу та UGC контентом.

Отже, використання SMM інструментів є важливим фактором успішного просування закладів харчування у соціальних медіа. Це дозволить збільшити лояльності аудиторії та залучити нових клієнтів, завоювати репутацію в Інтернеті та створити імідж закладу у соціальних медіа. Правильно створюючи стратегію SMM на підприємстві, власники можуть значно скоротити свій бюджет на рекламі, PR і маркетингові витрати.

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІДПРИЄМСТВАМИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Романюк І.А., д-р екон. наук, доц.

Улігіна К.І., гр. МР20-з7м

Державний біотехнологічний університет

Сучасний маркетинг є філософією бізнесу і дозволяє сучасним підприємствам передбачати бажання споживачів і задовольняти їхні потреби. Використання маркетингових технологій є не просто організацією і управлінням підприємством, але і дозволяє привнести творчий підхід до процесу управління. В умовах зростаючої конкуренції на ринку успіх підприємства визначається ефективністю маркетингу і маркетингових програм. Знання актуальних інструментів маркетингу і вміння застосовувати їх на практиці дає конкурентну перевагу підприємствам, допомагає досягати успіху на ринку.

Сьогодні доходи підприємств залежать від їх вміння налагодження активних контактів з покупцями шляхом вивчення ринку, створення ефективних систем розподілу, просування, стимулювання продажів. Суттєвим доповненням до цих систем є рівень корпоративної культури і соціальна відповідальність кожного виконавця за результати підприємницької праці перед суспільством. У зв'язку з тим, що кожне підприємство діє в специфічних умовах і вирішує свої конкретні завдання, система маркетингу зазнає значних змін в залежності від того, де вона впроваджується [1]. Дана умова є однією з причин того, що маркетологи повинні враховувати галузеві особливості при ув'язці ресурсних можливостей і запитів споживачів в ринковому середовищі.

Ретельний аналіз і облік сукупних факторів ринкового середовища – запорука комерційного успіху для будь-якої малої організації. Для розвитку великого бізнесу, який повинен стати

основою функціонування будь-якої економіки, необхідне створення малого і середнього підприємництва. Маркетинг здатний стати однією з провідних функцій в становленні малого бізнесу в умовах ринкової економіки. Маркетинг в галузях сфери малого бізнесу – комплексна система управлінської, регулюючої і дослідницької діяльності, що враховує галузеві особливості та спрямована на задоволення потреб суспільства відповідно до купівельного попиту. В результаті головна мета маркетингу полягає в задоволенні потреб суспільства з урахуванням матеріальних і духовних запитів [2]. Основні напрямки маркетингової діяльності є ключовими складовими всіх стадій відтворювального процесу – від виробництва матеріальних благ, їх розподілу, звернення до стадії кінцевого споживання.

Технології маркетингу різноманітні, але переслідують єдину мету – підвищити конкурентоспроможність підприємства та того продукту, який воно представляє на ринку. Маркетингові дослідження ринку товарів і послуг є важливим заходом підвищення ефективності діяльності підприємств [3]. Після визначення маркетингових позицій підприємства виникає необхідність в створенні стратегії, адаптованої до зовнішнього середовища і конкурентних переваг підприємства і того товару, тієї послуги, які підприємство збирається запропонувати на ринку споживачам.

Ефективним маркетинговим інструментом в умовах інноваційного розвитку економіки, є система маркетингових комунікацій, одним з елементів якої, є реклама. Рекламна кампанія підприємства має на меті створити у потенційного споживача повне уявлення про свої товари (послуги), включаючи їх повний спектр, якість, вартість. Маркетингові рішення тісно пов'язані з ефективністю підприємницької діяльності. Помилки в ухваленні рішень мають серйозні наслідки. Це не тільки загроза банкрутства, втрата фінансових коштів, але і втрата іміджу. Таким чином, в умовах інноваційної економіки необхідною умовою існування і розвитку підприємства, є формування та реалізація маркетингової стратегії їх діяльності, заснована на застосуванні маркетингових технологій.

Інформаційні джерела:

1.Романюк І.А. Елементи й особливості маркетингових стратегій розвитку підприємств галузі туризму. *Наукове забезпечення економічного розвитку, правового регулювання і управління в агропромисловому комплексі: матер. Міжнар. наук.-практ. конф.*, 2019, С. 189.

2.Мандич О.В., Наголюк І.В. Формування політики товаророзподілу в інтегрованих структурах. 2019.

3.Babko N., Kviatko T. Section 2 financial and economic issues of society development in the turbulence conditions. *Topical issues of society development in the turbulence conditions*, 2020, Pp.138.

МЕДІАПЛАНУВАННЯ ЯК СКЛADOVA PR-ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Сосновський О.Д., гр. МР18-46

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.М. Бабко**

Державний біотехнологічний університет

Медіапланування – це процес вибору найбільш ефективного каналу передачі певної інформації, спрямованої на цільову аудиторію. Медіапланування є важливою частиною PR-діяльності будь-якої компанії. Основною метою створення і реалізації медіаплану є донесення повідомлень до ЦА з потрібним ефектом і в заданий термін.

Крім того, медіапланування можна визначити як планування розміщення інформаційних повідомлень за допомогою різних засобів масової інформації, виходу рекламних матеріалів, графіків інтерв'ю і т.д. та залучення уваги до них громадськості. Важливими завданнями медіапланування є прагнення до максимального ефекту від фінансових і тимчасових витрат на кампанію по просуванню або піару і забезпечення дієвої комунікації між замовником кампанії та споживачем цієї інформації [1, 2].

Процес медіапланування включає наступні етапи: вибірка медіаносія, території і часу розміщення підготовлених інформаційних даних, які дозволять забезпечити необхідну кількість контактів з цільовою аудиторією. У ході створення медіаплану фахівці пишуть тексти і промови виступів, знімають відеоролики, друкують постери тощо, для розміщення їх у відібраних медіаносіях. Завершальним етапом кампанії є порівняння отриманих результатів із запланованими показниками. Після цього робиться висновок про доцільність обраного каналу комунікації і його подальше використання.

Останнім часом у зв'язку із великою кількістю джерел інформації фахівці в пошуках потрібної технології просування використовують контрольовані й неконтрольовані ЗМІ. Якщо на контрольовані ЗМІ піарник може вплинути і змінити, наприклад, текст, то на неконтрольовані ЗМІ він не може впливати. Наприклад, блогінг є видом неконтрольованих ЗМІ. Крім того, неконтрольованими ЗМІ можна назвати телепрограми по визначенню якості товарів і послуг,

наприклад, «Ревізор». Часто такі програми використовуються і для реклами за домовленістю, але у випадках медіапланування піарнику не варто випускати з уваги даний канал комунікації і транслявання інформації [3, 4].

Сучасний медіаплан ефективної PR-кампанії повинен складатися з наступних компонентів:

- збору базової інформації;
- визначення мети і завдань медіаплану;
- визначення цільового ринку;
- роботу з різними засобами масової інформації;
- визначення ефективності медіаплану.

Сьогодні широко використовуються нетрадиційні канали комунікації (флешмоби, челенджи, потокове відео і аудіо, графіті та ін.), які також підвищують ефективність PR-кампанії. Даний вид технологій варто включати в медіапланування, тим більше, що часто він не вимагає великих витрат.

Таким чином, знання основ медіапланування дозволить будь-якій сучасній компанії вийти на новий рівень, підвищити імідж і зайняти гідне місце в сучасному медіапросторі.

Інформаційні джерела:

1. Бабко Н. М. Основні моделі PR-технології. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed. Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor, Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak, Anton Milan, Alla Lyalyuk. European institute of further education, Podhájska, 2021. - 296 p., Chapter I. PP. 16-18.

2. Бабко Н. М. Сутність та особливості формування маркетингових комунікацій компанії. Креативний простір: електрон. наук. журн. № 2. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2021. – 152 с. С. 102-103.

3. Науменко І.В., Співак С.І. Особливості маркетингових комунікацій в інформаційних мережах. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 1. С. 297–303.

4. Babko N., Mandych O., Mykytas A. Creating a brand as the initial stage of branding. The IV International Science Conference «Prospects and achievements in applied and basic sciences», February 9 – 12, 2021, Budapest, Hungary. 706 p.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Толмачова А.О., гр. МР18-46

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.М. Бабко**

Державний біотехнологічний університет

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин спілкування з внутрішньою та зовнішньою аудиторією, працівниками та клієнтами є надзвичайно важливим фактором просування продуктів та послуг. Одним із найважливіших чинників досягнення всебічного охоплення є маркетингові комунікації як елемент маркетингового комплексу, що забезпечує найбільший вплив на цільову аудиторію компанії.

Маркетингові комунікації лежать в основі процесу просування компанії, який спрямований на розвиток стійких зв'язків з ринком, вони формуються з метою інформування, переконання та нагадування про компанію, сприяння продажу товарів чи послуг, створюючи при цьому позитивний імідж компанії. Основними традиційними засобами маркетингових комунікацій є реклама, стимулювання збуту, особисті продажі та PR [1].

Крім чотирьох основних видів маркетингових комунікацій сьогодні також виділяють додаткові: прямий маркетинг, спонсоринг, продакт-плейсмент та брендинг [2, 3].

Прямий маркетинг – це інтерактивна система маркетингу, що дозволяє споживачам отримувати відомості, які їх цікавлять та купувати товари за допомогою використання різних каналів поширення інформації (телефон, інтернет та ін.).

Спонсоринг - фінансова підтримка, яка надається компанією некомерційним організаціям при проведенні різних заходів в обмін на право встановлення з ними особливих відносин. Цей вид комунікації викликає довіру до компанії, підвищує її впізнаваність, збільшує охоплення цільової аудиторії та рівень взаємодії з нею.

Продакт-плейсмент (прихована реклама) - форма просування товару, яка здійснюється за рахунок ефективної інтеграції функцій реклами в медіапрограмах (кліпах, фільмах, комп'ютерних іграх) з метою просування на ринок. Цей вид маркетингових комунікацій впливає на підсвідомість, добре запам'ятовується, має віральний потенціал та тривалий час знаходяться в інформаційному просторі.

Брендинг – процес створення торгової марки. Тобто імені, дизайну, символів, а також інших характеристик, що ідентифікують товар або послугу на ринку і вигідно відрізняють його від товару, який

належить іншим продавцям. Бренд, з точки зору споживача, - це сукупність фізичних і емоційних переживань, сформованих у нього на основі споживання товару, сприйняття елементів ідентифікації, просування, поширення, ціноутворення, які роблять споживання товару і взаємодію з ним приємним [4].

Основними функціями маркетингових комунікацій є:

1) диференціювання – тобто маркетингові комунікації допомагають відрізнити продукт компанії від конкурента;

2) нагадування – відтворення в пам'яті цільової аудиторії переваг продукту компанії для заохочення першої або наступної покупки;

3) інформування - надання нової інформації цільовій аудиторії про продукт компанії;

4) переконання – впевнення аудиторії у необхідності здійснити покупку продукту або послуги компанії.

Таким чином, використання різних видів маркетингових комунікацій, реалізація комунікаційної політики компанії дозволять підвищити конкурентоспроможність товарів і послуг та ефективність її діяльності на ринку.

Інформаційні джерела:

1. Бабко Н. М. Основні моделі PR-технології. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed. Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor, Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak, Anton Milan, Alla Lyalyuk. European institute of further education, Podhájska, 2021. - 296 p., Chapter I. PP. 16-18.

2. Бабко Н. М. Сутність та особливості формування маркетингових комунікацій компанії. Креативний простір: електрон. наук. журн. № 2. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2021. – 152 с. С. 102-103.

3. Науменко І.В., Співак С.І. Особливості маркетингових комунікацій в інформаційних мережах. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 1. С. 297–303.

4. Babko N., Mandych O., Mykytas A. Creating a brand as the initial stage of branding. The IV International Science Conference «Prospects and achievements in applied and basic sciences», February 9 – 12, 2021, Budapest, Hungary. 706 p.

INBOUND MARKETING: ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС

Чміль Г.Л., канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет

У період трансформаційних зрушень та адаптації до цифрової економіки важливого значення набуває новий маркетинговий підхід у системі спільного створення цінності, а саме – inbound маркетинг (вхідний маркетинг). Підтвердженням цієї думки є статистичні дані, які свідчать, що вхідні ліди (клієнти) у середньому коштують на 61% дешевше порівняно з вихідними та 3 з 4 вхідних маркетингових каналів коштують дешевше, ніж будь-який вихідний канал [1]. Саме тому у 2019 р. 70% підприємств активно інвестували у контент-маркетинг [2], крім того стратегія inbound маркетингу є ефективною як для маркетологів моделі B2C, так і моделі B2B, він активно набуває головних рис корпоративного цифрового маркетингу, так 75% маркетологів B2B-контенту оцінюють свої показники контент-маркетингу 2020 р. як мінімум «помірно» успішними, у той же час 31% повідомляють про дуже або надзвичайно позитивні результати. Серед маркетологів B2C-контенту ці показники становлять відповідно 82% та 34% [3].

Підприємства, які в основному покладаються на – inbound маркетинг, економлять більше 14\$ на кожному новому придбаному клієнті, а 41% маркетологів підтверджують, що – inbound маркетинг приносить позитивний ROI (Return on Investment). Вартість контент-маркетингу становить на 62% дешевше за вартість традиційного маркетингу і втричі збільшує кількість лідів [1].

Дійсно, сьогодні підхід маркетологів до продажів та каналів комунікації повинен бути трансформований та пристосований до нової цифрової реальності, оскільки у цифровому середовищі шлях споживача нагадує спіраль, а тому на кожному кроці до купівлі онлайн-канали мають бути доступними будь-де та у будь-який час, що є основою концепції inbound маркетингу. Термін «Inbound Marketing» було запропоновано у 2005 р. Брайаном Халліганом, фундатором ресурсу Hubspot, зокрема автор трактує дану дефініцію як «бізнес-методологія, яка приваблює клієнтів шляхом створення цінного контенту і досвіду, орієнтованого на них» [4]. Українські науковці також активно розбудовують концепцію inbound маркетингу, зокрема С.Б. Семенюк та В.А. Фалович [5] схильні розглядати «inbound marketing» з трьох точок зору, а саме: як довгострокову стратегію, якісний контент та принцип експертності, відтак за цими елементами автори будують архітектуру методології inbound маркетингу. Отже, сьогодні, в актуальних умовах

розвитку цифровізації діяльності людей, а також впливу на соціально-економічні відносини некерованого фактору – пандемії COVID-19 та карантинних заходів, зумовлених нею, класичний маркетинг (outbound або вихідний маркетинг) та його досить агресивна стратегія нав'язування продукту або послуги вже не є ефективним інструментом просування [6–9]. Споживча влада, які набула вагомого значення на ринку, самостійно вирішує ступінь медіаспоживання, право на яке надає саме inbound marketing [10].

З метою розуміння комплексного характеру inbound маркетингу, формулювання векторів його розвитку та розробки й адаптації пропозицій з імплементації inbound маркетингу було розглянуто вітчизняні та закордонні наукові підходи до транслювання суті дослідженої дефініції, і зроблено висновок про те, що, що inbound маркетинг являє собою тактичний комплекс заходів, спрямованих на пошук та залучення споживачів шляхом використання цифрових каналів зв'язку, розвиток (виховання) споживачів у контексті цілей підприємства, конвертація їх у ліди, а також аналіз та оптимізація споживацької поведінки.

Тобто, «inbound» маркетинг покликаний ідентифікувати шлях споживача від початкового привернення його до товарів та послуг підприємства та залучення до діяльності бізнес-суб'єкта через розвиток та конверсію, а отже й першого епізоду придбання, до розвитку довгострокових відносин та стратегічного тривалого утримання покупців, і, як наслідок – побудова нового рівня комунікаційних відносин через шлях від поінформованості покупця про підприємство до його пропаганди (ключове враження клієнта від «я знаю» до «я рекомендую»). Насамперед, ефективність inbound маркетингу пояснюється постійно зростаючою роллю фактору взаємопов'язаності, який істотно вплинув на комунікаційну взаємодію між стейкхолдерами господарського суб'єкта (клієнтами, працівниками, торговельними партнерами та представниками органів влади), кожен з яких є прямим чи потенційним споживачем товарів та послуг, які пропонуються компанією. Цифровізація економіки очевидно дозволяє знизити витрати на взаємодію зі стейкхолдерами, нівелювати чи мінімізувати вплив бар'єрів для виходу на нові ринки, диверсифікувати діяльність, інтенсифікувати розвиток товарів та послуг та скоротити терміни формування бренду підприємства. У цьому контексті inbound маркетинг інтегрує доступ до споживача департаментів підприємства: відділу маркетингу, збуту, менеджерів з роботи з клієнтами, працівників, які генерують прибуток підприємства, відділу обслуговування клієнтів, департаменту адміністрування та підтримки, виконавчого та оперативного керівництва компанії.

Інформаційні джерела:

1. Saleh K. How Effective is Inbound Marketing – Statistics and Trends. 2021. URL: <https://www.invespro.com/blog/how-effective-is-inbound-marketing/>
2. Not Another State of Marketing Report 2021. URL: <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
3. What makes enterprise marketing different from conventional marketing? URL: <https://www.highvisibility.com/industries/enterprise/marketing/>
4. Halligan B. Inbound Methodology. Hubspot URL: <http://www.hubspot.com/inbound-marketing>
5. Семенюк С.Б., Фалович В.А. Сучасні тенденції використання маркетингу в діяльності підприємств. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 4 (1). С. 61–72.
6. Чміль Г. Л. Адаптивна поведінка суб'єктів споживчого ринку в умовах цифрової трансформації економіки: теорія, методологія та практика : монографія. Харків: Видавець Іванченко І. С. 2021. 377 с.
7. Савицька Н. Л., Чміль Г. Л. Нова парадигма маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 2 (84). С. 81–87.
8. Чміль Г. Л. Трансформація простору функціонування бізнес-структур під впливом цифровізації: вимір маркетплейсів. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2021. № 1. С. 391–405.
9. Чміль Г.Л. Трансформація поведінки економічних суб'єктів споживчого ринку в умовах цифровізації. *Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу*: монографія за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С. 374–383.
10. Чміль Г. Л. Споживча влада: теоретико-організаційний аспект в період цифрових трансформацій. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2020. Вип. 3 (85). С. 86–91.

РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОДИФІКАЦІЇ ПОВЕДІНКИ ПОКУПЦІВ

Чміль Г.Л., канд. екон. наук, доц.

Шевченко К.В., гр. МРз-30М

Державний біотехнологічний університет

У фокусі сучасних клієнт орієнтованих конкурентних стратегій торговельних підприємств постає людина. Дедалі більшої вагомості набуває персоналізація власних послуг і конкурентних переваг підприємств торгівлі шляхом інформування споживачів про можливості придбання товарів. Рекламування товарів магазинами, зокрема жіночого одягу, є найдієвішим інструментом модифікації поведінки покупців,

привернення їх уваги до асортименту товарних позицій та їх корисності, а також створення позитивного образу торговельного підприємства.

Під рекламною кампанією пропонуємо розуміти систему взаємозв'язаних рекламних заходів з просування жіночого одягу, які охоплюють певний період часу і передбачають комплекс застосування рекламних засобів для досягнення торговельними підприємствами конкретної маркетингової цілі.

Для досягнення вдалих результатів рекламної кампанії необхідним є чітке формулювання її цілей у певних випадках. Як правило, необхідність розробки рекламної кампанії виникає у випадках, пов'язаних із:

- виходом торговельного підприємства на нові ринки та нові категорії споживачів. У цьому разі доцільною є перебудова концепції підприємства шляхом запуску масштабної рекламної кампанії, орієнтованої на виникнення у споживачів нових, комплексних асоціацій з існуючим підприємством, якісно нового рівня;

- випуском нового продукту. Як правило, це інформування споживачів про факт появи нового продукту та його зв'язок із підприємством;

- значною зміною ринкової ситуації. В першу чергу, це стосується появи нових небезпечних конкурентів, або зсув сил на ринку. У будь-якому випадку, підприємству необхідно масштабно заявити про себе, щоб відновити свій колишній авторитет (лояльність) споживача;

- корекцією іміджу. Такий випадок досить поширений, особливо на заході. Адже за допомогою великої рекламної кампанії можна «достукатися» до великої аудиторії з метою відновити свій колишній імідж (в разі провалу / скандалу) або показати себе з нової сторони (більш молодіжної, технологічної компанією або націленої на КСВ, варіантів безліч);

- підвищенням збуту товарів чи збільшенням обсягу реалізації послуг тощо.

Реклама спрямована на потенційного споживача та служить для того, щоб сповістити його всіма наявними способами про нові товари (послуги) та їх споживчі властивості. Реклама є невід'ємною умовою розвитку конкуренції, бо інформує споживача про різноманітність ринку товарів та послуг, змушує виробника вдосконалювати свій товар, звертається до почуттів споживача і виступає в ролі «закликача», тим самим стимулюючи потреби споживання. Вибір торговельними підприємствами форм реклами, що забезпечують просування товарів до споживача, здійснюється залежно від виду товарів, рекламодавця, поширювача і споживача реклами [1-3].

Для успішного збуту товару індивідуального призначення необхідно, щоб кінцеві споживачі (покупці) були добре поінформовані

про споживчі властивості пропонованого товару, місця продажу, цінах тощо. А оскільки рішення про покупку приймають мільйони людей, то стають необхідними широкомасштабні рекламні кампанії, що вимагають значних засобів для розповсюдження інформації і про товар, і про фірму, що його виробляє чи реалізує.

Основні завдання подібних рекламних кампаній полягають в тому, щоб створити сприятливе враження про рекламоване підприємство, а також переконати громадськість, що діяльність цього підприємства є суспільно корисною [4]. Одним словом, підприємство повинне піклуватися про свою репутацію, не забуваючи про споживача і його думку. Найбільш поширеними способами здійснення широкомасштабних рекламних кампаній є:

1) підготовка і публікація в спеціальних журналах редакційних (не рекламних) матеріалів про останні досягнення того або іншого підприємства в розробці і організації виробництва нових товарів, про соціально значущі напрями діяльності підприємства тощо;

2) організація прес-конференцій із запрошенням не тільки преси, але і представників громадськості, політичних діячів, знаменитостей з різних сфер науки, культури, спорту тощо;

3) розповсюдження власної друкарської продукції у формі фірмових журналів, брошур, буклетів і тому подібне, в яких представлена історія підприємства, його виробничі досягнення, суспільно корисна діяльність, турбота про благо споживачів;

4) участь в добродійних акціях (внески до добродійних фондів, участь в інших акціях на підтримку малозабезпечених верств населення, хворих дітей, інвалідів, пенсіонерів та ін.);

5) підтримка організацій охорони здоров'я, культури, спорту, освіти, утворення і тому подібне [5–6].

Викладене доводить, що рекламна кампанія є вкрай важливим елементом маркетингової діяльності торговельних підприємств. Вона являє собою цілеспрямовану систему спланованих рекламних заходів, об'єднаних єдиною ідеєю та концепцією, що орієнтовані на досягнення в межах узгодженої маркетингової стратегії рекламодавця конкретної маркетингової мети.

Інформаційні джерела:

1. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Мороз Т.Б. Заходи із забезпечення конкурентних переваг онлайн-ритейлу. *Problèmes et perspectives d'introduction de la recherche scientifique innovante* : collection de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» avec des matériaux de la conférence scientifique et pratique internationale, Bruxelles, 29 Novembre 2019. Bruxelles, Belgique: Plateforme scientifique européenne. 2019. Vol. 1. P. 56–58.

2. Chmil H. Stages and configurators of the consumer market economic entities behavior digital transformation. *Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices* : materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference, Tallinn, 24-26 February 2021 / Gen. Edit. Olha Prokopenko. Tallinn: Teadmus OÜ, 2021. P. 8–9.

3. Чміль Г.Л., Верзілова Г.Р. Місце маркетингової діяльності у забезпеченні економічного зростання торговельного підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 10. С. 178–182.

4. Чміль Г.Л. Трансформація поведінки економічних суб'єктів споживчого ринку в умовах цифровізації. *Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу*: монографія за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С. 374–383.

5. Чміль Г.Л. Комплексна оцінка ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Том 29 (68). № 4. С. 117–122. URL: http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_4/24.pdf.

6. Чміль Г.Л. Трансформація простору функціонування бізнес-структур під впливом цифровізації: вимір маркетплейсів. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2021. № 1. С. 391–405.

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Шаповалов Д.О., гр. МР-38

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.Г. Бубенець**
Державний біотехнологічний університет

Маркетингове управління – сучасна концепція маркетингу, принциповий підхід до стратегічного управління підприємницькою діяльністю в умовах ринкової мінливості та гострої конкуренції. Досвідчені вчені в сфері маркетингу виокремлюють основні обґрунтовані концепції маркетингового управління та рекомендують їх до використання в залежності від розвитку виробництва та попиту на товар, а саме:

- концепція вдосконалення виробництва стверджує, що споживача можна привабити низькими цінами, тому управління підприємством полягає в поліпшенні ефективності виробництва та зменшенні витрат на нього, а тим самим – і у зменшенні ціни;

- концепція вдосконалення товару полягає в тому, що споживача можна зацікавити лише товарами високої якості, а тому

необхідно вдосконалювати властивості товару, а стимулювання при цьому не має вирішального значення;

- концепція інтенсифікації комерційних зусиль (збутова політика) діє за умов надвиробництва та значної конкуренції та базується на таких постулатах: споживачі не купуватимуть товарів у більш-менш значній кількості, якщо не спонукати їх до цього за допомогою відповідного стимулювання споживачів, посередників та власного персоналу;

- концепція маркетингу побудовано на твердженні, що підприємство має дослідити потреби чітко визначеного ринку й забезпечити відповідне задоволення цих потреб;

- концепція соціально-етичного маркетингу за основну мету бере задоволення потреб не тільки окремих споживачів, а й суспільства в цілому. Згідно з цією концепцією основним завданням підприємства є визначення потреб і інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності більш продуктивними (ніж у конкурентів) способами з одночасним збереженням або зміцненням благополуччя споживача і суспільства в цілому;

- концепція холистичного маркетингу включає маркетинг взаємовідносин, інтегрований, внутрішній і соціально-відповідальний маркетинг та базується на таких головних принципах, як: орієнтація на потреби споживача, інновації, збільшення ціннісної вартості товару, усвідомлення місії та соціальної етики маркетингу.

Нами було досліджено впровадження концепції private label (власних торгових марок (далі – ВТМ)) в торговельних мережах, яка на сьогодні активно використовується підприємствами.

Private label – це концепція, яка передбачає, що одна компанія виробляє продукт або послугу, а друга продає її від свого імені.

Одна з вагомих причин, по якій підприємства погоджуються на виробництво ВТМ торговельних мереж – максимальне завантаження виробничих потужностей. Беручи замовлення на виробництво ВТМ, виробник може більш точно планувати свої доходи і витрати в середньостроковій перспективі. Керівнику не потрібно замислюватися, чи буде проданий обсяг виробленої продукції, тобто підприємство не залежить від мінливої кон'юнктури ринку і коливань цін. Після підписання контракту ризику за збут продукції несе торговельна мережа. Крім того, керівник підприємства-виробника може заощадити і на утриманні служб маркетингу, збуту, а також на знижках, бонусах і «вхідних квитках», які платить виробник роздрібному операторові. Адже при виробництві продукції ВТМ виробник не закладає в ціну продукту:

- вартість розробки дизайну торговельної марки, так як ці витрати вже поніс замовник (торговельна мережа);

- вартість продажу цього товару, так як замовник гарантує, що купить весь узгоджений обсяг;

- вартість реклами та просування – і ці питання буде вирішувати торговельна мережа.

- Приватні торгові марки підрозділяються на марки дистриб'ютора і магазинні марки. Щоб виділити приватні торгові марки з ряду інших, торговельна мережа використовує різні маркування товарів:


- на упаковці товару може бути зазначена марочна назва торговельної мережі;

- на упаковці може бути відсутнім назва торговельної мережі, але окремі товари під власним ім'ям (що не збігається з мережевим) маркуються товарним знаком, символом, що ідентифікує приналежність до даної мережі;

- на упаковці вказують: «Своя лінія (назва магазину)».

Отже, підприємці, які претендують на випуск ВТМ торговельних мереж, повинні вміти правильно будувати взаємини з торговельними мережами враховуючи сучасні концепції маркетингового управління.

Секція 7
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ
ТА ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ
І ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ



СПЕЦІАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ В УКРАЇНІ:
СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ

Баглай А.О., гр. Оп-51

Пікуль Н.В., гр. Оп-22СП

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.С. Прокопишин**

Львівський національний аграрний університет

Спеціальна (вільна) економічна зона (СЕЗ або ВЕЗ) в Україні – територія, розміщена в середині однієї адміністративно-територіальної одиниці, в межах якої відповідним законом України встановлені й функціонують спеціальні правовий режим провадження господарської діяльності та порядок застосування й дії законодавства України. У межах однієї адміністративно-територіальної одиниці може перебувати кілька СЕЗ. На всій території СЕЗ упроваджується митний режим спеціальної митної зони.

СЕЗ створюють на земельних ділянках несільсько-господарського призначення для спрощення митних процедур, аби залучити інвестиції й ефективно їх використати за реалізації експортно-орієнтованих інвестиційних проєктів, активізації господарської діяльності, спрямованої на збільшення експорту товарів, впровадження новітніх технологій, розвиток сучасної виробничої та ринкової інфраструктури. Перелік видів господарської діяльності, які здійснюватимуться на території СЕЗ, встановлює окремий закон України про її створення.

Строк функціонування СЕЗ не може перевищувати 30 років. Ініціаторами створення можуть бути Кабінет Міністрів України, місцеві ради, місцева державна адміністрація, на території якої передбачено створення СЕЗ [1].

Зазвичай в економічній літературі виділяють чотири види пілг, характерних для вільних економічних зон: зовнішньоторговельні; фінансові, фіскальні; адміністративні тощо.

На жовтень 2021 року в Україні діє 11 СЕЗ: «Азов», «Донецьк», «Закарпаття», «Інтерпорт Ковель», «Курортотополіс Трускавець», «Миколаїв», «Порто-франко», «Порт Крим», «Рені», «Славутич», «Яворів». 1 липня 2021р. Верховна Рада України ухвалила пакет законів, якими скасувала закон про вільну економічну зону «Крим», а також пов'язані з ним зміни до Податкового й Митного кодексів України. Закон про скасування ВЕЗ «Крим» набирає чинності з 21 листопада 2021 року [3].

Спеціальна економічна зона специфічна організаційно на макрота мікрорівнях, тож інвестиційна політика держави – запорука формування привабливого середовища для вітчизняних та іноземних інвесторів. В Україні є проблеми з розвитком СЕЗ та залученням інвестицій через:

1) глибоку економічну кризу, нестабільність і недосконалість законодавства та політики уряду, нестабільність умов ведення бізнесу у країні, зокрема в СЕЗ;

2) розбіжності цілей держави у планах та за їх виконання; відсутність єдиної державної концепції розвитку певної галузі;

3) запровадження пілг лише за територіальним принципом, ігноруючи галузевий;

4) недосконалість базової інфраструктури; слабкий розвиток високотехнологічних галузей;

5) невдале місце розташування та необґрунтоване обрання пріоритетів розвитку СЕЗ; спроби поширити статус СЕЗ на великі території або незначні адміністративні одиниці.

Отож, інвестування здійснюється на основі владно-розподілого та адміністративного принципів, тобто правила інвестування встановлює держава в односторонньому порядку. Відповідно, вплив проблем на СЕЗ полягає в тому, що СЕЗ не успішні у своїй діяльності і не розвиваються; без чіткої програми розвитку та конкретної спрямованості; не захищені законодавчою базою, а отже – не прибуткові. Кожен регіон та країна загалом намагаються залучити якнайбільше інвесторів з великими капіталовкладеннями.

Кожен інвестор хоче мати гарантії того, що його діяльність буде захищена відповідною нормативно-правовою базою. Лише так він зможе точно розрахувати майбутні прибутки та спрямовуватиме кошти у визначену галузь. Тож питання вдосконалення інвестиційного законодавства, створення законодавчої бази для стимулювання

вітчизняних та іноземних інвесторів щодо владання коштів в економіку країни та її окремі регіони вкрай актуальне [2, с. 2].

Інформаційні джерела:

1. Закон України “Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон” (із змінами та доповненнями) від 13.10.1992 № 2673-ХІІ. URL: www.zakon.rada.gov.ua.

2. Швець Ю.О., Шайтанова В.В. Функціонування спеціальних економічних зон як засобу налагодження інвестиційної діяльності: проблеми та перспективи. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/9_2017/12.pdf

3. Вікіпедія – вільна економічна енциклопедія. URL: uk.wikipedia.org.

ПОНЯТТЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ СВІТОВОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ

Буяльська В.М., 31-ФБС

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Марценюк**
Вінницький національний аграрний університет

Регламентація валютних відносин у світовому співтоваристві відбувалася в межах генезису світової валютної системи. Міжнародні валютні відносини були зумовлені процесом створення світового ринку, поглибленням міжнародного поділу праці та розвиток економічних відносин між різними державами.

Світова валютно-фінансова система — сформована історично, на базі розвинутого товарного виробництва, грошового обігу і міжнародних економічних відносин, порядок розрахунків між учасниками платіжного обороту з притаманною йому системою валютно-фінансових міжнародних установ (інституцій).

Складовими глобальної міжнародної валютної системи є:

- 1) резервні, національні та міжнародні валютні одиниці;
- 2) інші міжнародні платіжні активи;
- 3) механізм валютних паритетів і курсів валют;
- 4) міжнародні валютні ринки та ринки золота;
- 5) міжнародні валютні ринки та ринки золота;
- 6) міждержавні валютно-фінансові організації глобального рівня [18, с. 47].

Світова валютна система покликана виконувати дві головні функції: по-перше, створювати сприятливі умови для розвитку виробництва та міжнародного поділу праці, по-друге, забезпечувати

безперебійне функціонування її структурних елементів, що є найголовнішим [15, с. 84].

Головними подіями у розвитку світової валютної системи були конференції в Парижі (1867 р.), Генуї (1922 р.), Бреттон-Вудсі (1944 р.) і Кінгстоні (1976 р.). Періодичні кризи світової валютної системи займають відносно тривалий історичний період. Так, наприклад, криза Паризької валютної системи тривала близько 10 років (1913-1922 рр.), Генуезької валютної системи — 8 років (1929-1936 рр.), Бреттон-Вудської — 10 років (1967-1975 рр.) [8, с. 816].

Головні аспекти основних етапів формування світової валютної системи наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Етапи еволюції світової валютної системи

Етап (рік формалізації)	Стандарт	Особливості
Паризька валютна система (1867)	Золотомонетний	Функціонування золота як світових грошей; Фіксування золотого вмісту національної валюти; Фіксування валютних курсів.
Генуезька валютна система (1922)	Золотозлитковий, Золотодевизний	В обігу відсутні золоті монети; Банкноти і білонні монети розмінюються лише на золоті злитки; Скасоване вільне карбування золотих монет.
Бреттон-Вудська валютна система (1944)	Золотодевизний	Збереження ролі золота як розрахункової одиниці в міжнародному обігу; Фіксовані валютні курси.
Ямайська валютна система (1976)	Паперово-валютний (стандарт СПЗ)	Повна демонетизація золота у сфері валютних відносин; Анульовано офіційну ціну золота та фіксацію масштабу цін.

Джерело: [15, с. 85]

Невід’ємним елементом світової валютної системи є інституції, що здійснюють державне та міждержавне регулювання валютних відносин. Міждержавне валютне регулювання реалізується Міжнародним валютним фондом (з 1944 р.), в європейській валютній системі – Європейським центральним банком. Важлива роль в організації світової валютної системи та функціонування міжнародних

фінансів загалом належать групі Світового банку та Банк міжнародних розрахунків у Базелі [18, с. 55].

Інформаційні джерела:

1. Гроші та кредит : підручник / за ред. д.е.н.Б проф.. О. В. Дзюблюка. — Тернопіль : ТНЕУ, 2018. – 892с.
2. Лизун М. Розвиток світової валютної системи крізь призму її елементів / М. Лизун // Вісник Тернопільського національного економічного університету.-2016.- Вип.4.-С.82-94
3. Міжнародні валютно-фінансові відносини: конспект лекцій для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» Ч.1. – Х. : ХДУХТ, 2019.

АУТСОРСИНГ ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Голікова Є.К., гр.6.06.051.130.19.1

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.Ю. Величко**
Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»

Міжнародний бізнес – це економічна активність бізнес-одиниці за кордонами національного ринку, обмін товарами і послугами на міжнародному рівні. Крім цього, міжнародний бізнес може трактуватися як процес обміну між компаніями за межами національних кордонів. Значна конкуренція на зовнішніх ринках стимулює бізнес до впровадження нових технологій та систем управління, маркетингових рішень та ін. Швидкоплинні зміни у міжнародному бізнесі, що є результатом четвертої промислової революції (індустрії 4.0), коли саме технології посідають провідне місце, сприяє більш активному впровадженню аутсорсингові форми (передача сторонньому підряднику деяких бізнес-функцій або частин бізнес-процесу компанії).

Появу аутсорсингу (англ. outsourcing: out – зовнішній, той, що перебуває за межами, source – джерело) відносять до періоду протистояння в автомобілебудівній галузі, та асоціюють з прізвиськами Генрі Форда і Альфреда Слоуна у 30-х роках ХХ ст., коли стало зрозуміло, що жодна фірма не може бути самодостатньою та більш доцільно делегувати низку функцій спеціалізованим компаніям.

Проблематика аутсорсингу була висвітлена у роботах зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких варто виділити: Б.А. Анікіна, О.І.

Микало, М.А. Бабія, В.В. Дергачова, І.І. Заводовську, О.М. Зозульова, О.В. Дідух, М.О. Єфименко, Т.В. Красовську, Л.О. Лігоненко, С.Д. Супрун та ін.

Саме як форма підвищення конкурентоспроможності, аутсорсингова практика допомагає компаніям вирішити низку проблем функціонування і розвитку шляхом скорочення витрат, підвищення рівня адаптації до кон'юнктури міжнародного ринку, підвищення якості продукції і послуг, зменшення ризиків. Міжнародна практика виділяє декілька видів аутсорсингу, залежно від місцезнаходження замовника та виконавця: офшоринг (замовник і виконавець перебувають на території різних країн, при цьому виконавець є підрозділом замовника); аутсорсинг (замовник і виконавець перебувають на території однієї країни, при цьому виконавець є незалежним підприємством) та офшорний аутсорсинг (змішана форма, коли замовник і виконавець перебувають на території різних країн, але при цьому виконавець є незалежним підприємством). А залежно від завдань, які передаються на вирішення виконавцям, аутсорсинг поділяється на: виробничий (передача виробничих функцій виконавців); аутсорсинг бізнес-процесів (передача виконавцеві процесів, що не є основним видом діяльності замовника); ІТ-аутсорсинг (передача на обслуговування інформаційних систем замовник) [1].

Щодо української практики, то найбільш поширеними заходами аутсорсингу на сьогодні є: функціональний – делегування певних функцій при розробці нових бізнес-проектів, отримання послуг кваліфікованого бухгалтера, юриста, фінансиста, маркетолога (рекламіста), дизайнера, програміста (створення локальних комп'ютерних мереж, програмування, створення веб-ресурсів, супроводження програмного забезпечення), обслуговування техніки, кадрове адміністрування; операційний – передання окремих операцій, пов'язаних зі зберіганням та транспортуванням товарів; ресурсний – оренда тимчасово вільних площ та споруд для організації торговельного бізнесу. Україна, за підсумками 2019 р., стала ринком №1 аутсорсингу у Східній Європі, згідно аутсорсингового журналу Global Sourcing Association (GSA) [2]. А лідером з аутсорсингу виступає ІТ-сектор, який є фактично єдиним в українській економіці, що демонструє стійке зростання на 20-25% щорічно.

Аутсорсинг є здебільшого особливістю діяльності іноземних компаній, розташованих в Україні. Так, більше половини всіх підприємств з іноземним капіталом активно використовують аутсорсинг для скорочення витрат своєї діяльності. Якщо дослідити розширення аутсорсингу за секторами, то затребуваними серед

підприємств були ІТ-послуги – 40,5%, логістика – 35,1%, ресурсне забезпечення виробничих процесів – 27%, маркетингові послуги – 21,6%, рекрутмент – 18,9%, бухгалтерський облік – 13,5% та розрахунок заробітних плат – 13,5% [3].

Актуальність застосування аутсорсингу регламентується його перевагами та сприяє впровадженню інновацій і покращенню інтеграційних зв'язків національних підприємств всередині країни та поза її межами, без чого сьогодні не можлива побудова ефективної господарської діяльності.

Інформаційні джерела:

1. Микало О. І. Аналіз та класифікація форм аутсорсингу. Економічний простір. 2019. № 37. С. 216–222
2. Лабжання Р. Г. Тенденції та перспективи розвитку ІТ-аутсорсингу в Україні. Бізнес-інформ. 2019. №10. С. 156–161
3. Стахурсько О. Аутсорсинг в Україні й у світі: особливості, тенденції та перспективи URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Гуменюк Д.М., гр.С-31Б

Науковий керівник – магістр **І.М. Гуменюк**

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут»

На сучасному етапі розвитку світової економіки відбуваються суттєві зміни всієї системи міжнародних відносин, посилюється взаємовплив та взаємозалежність різних сфер і чинників економіки, що є закономірним і цілком логічним процесом. Поступове накопичення кількісних змін у розбудові світового господарства привели світ до якісно економічного зростання, до більш високої стадії інтеграції – глобалізації.

Специфіку процесів глобалізації в умовах трансформаційного розвитку української економіки і проблем ефективної інтеграції України до світової економіки розглянуто у працях вітчизняних авторів В. Будкіна, І. Бурковського, А. Гальчинського, В. Геєця, А. Кредісова, Д. Лук'яненка та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття: стан та актуальні перспективи процесу глобалізації світової економіки в умовах індустріалізації та інновації.

Одним із ключових процесів розвитку світової економіки є прогресуюча глобалізація, тобто якісно новий етап у розвитку інтернаціоналізації господарського життя. Ставлення до глобалізації фахівців є неоднозначним, а часом і діаметрально протилежним. Це пов'язано з різними точками зору щодо наслідків глобалізаційних процесів, де одні вчені вбачають серйозну загрозу світовій економічній системі, а інші розглядають їх як засіб подальшого прогресу економіки. Безсумнівно, наслідки глобалізації можуть носити як позитивний, так і негативний характер, однак альтернативи тут не існує, у зв'язку з чим основну увагу в статті приділено дослідженню проблем та перспектив глобалізації міжнародних економічних відносин. Глобалізацію міжнародних економічних відносин можна охарактеризувати як посилення взаємозалежності та взаємовпливу різних сфер економіки в рамках міжнародних відносин. [1, с. 35]. Це означає, що будь-яка комерційна трансакція буде неминуче торкатися внутрішньої економіки, виробництва, екології, соціальних відносин, політики тощо.

Глобалізація стала найважливішою реальною характеристикою сучасної світової системи, однією з найбільш впливових сил, за якої структури національного виробництва і фінансів стають взаємозалежними, прискорюються у результаті збільшення числа укладених і реалізованих зовнішніх угод.

Глобалізація, яка охопила всі регіони і сектори світового господарства, принципово змінює співвідношення між зовнішніми та внутрішніми чинниками розвитку національного господарства. Жодна національна економіка незалежно від розмірів країн (великі, середні, малі) та рівня розвитку (розвинуті, зростаючі чи перехідні) не може більше бути самодостатньою виходячи з наявних чинників виробництва, технологій та потреби в капіталі. Жодна держава не в змозі раціонально формувати і реалізовувати економічну стратегію розвитку, не враховуючи пріоритети та норми поведінки основних учасників світогосподарської діяльності. [1; 2]

Однією з головних проблем глобалізації є потенційна глобальна нестабільність через взаємозалежність національної економіки країн на світовому рівні. У результаті локальні економічні коливання чи кризові явища в будь-якій країні можуть носити глобальні наслідки. Негативні аспекти глобалізації пов'язані з потенційними конфліктами, хоча їх можна пом'якшити шляхом розвитку глобального співробітництва на основі угод політичного характеру або за рахунок створення нових міжнародних інститутів.

Однозначно відповісти на це питання практично неможливо, адже баланс позитивних і негативних наслідків постійно змінюється.

Однак реальність полягає у тому, що глобалізація являє собою об'єктивне та абсолютно неминуче явище сучасності, яке можна призупиняти засобами економічної політики. Країни повинні адекватно реагувати на глобалізаційні процеси, щоб адаптуватися до нових умов і скористатися можливістю, що надає інтернаціоналізація світової економіки. [3, с. 265].

Глобалізація є невідворотним процесом, сутністю якого є абсолютна влада світового порядку над державами та суспільствами. Глобалізація розглядається як така, що не має аналогів у світовій історії, вона впливає на глибокі зміни в розвитку держав та суспільств, які пристосовуються до існування в межах взаємозв'язаного, але достатньо невизначеного світу.

Інформаційні джерела:

1. Глобалізація і безпека розвитку: монографія / О.Г. Білорус, Д.Г. Лук'яненко та ін. К.: КНЕУ, 2001. 733 с.

2. Гринспен А. Епоха потрясень. Проблеми и перспективы мировой финансовой системы; Серия «Сколково». М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 528 с.

3. Lypez-Claros A., Porter M.E. and Schwab K., The Global Competitiveness Report 2005-2006 Policies Underpinning Rising Prosperity New York: Palgrave Macmillan, 2005. 660 p.

АНАЛІЗ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Железняк А.О., здоб. третього (освітньо-наукового) рівня освіти
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Ярова**
Державний біотехнологічний університет

Трансформації зайнятості населення вимагає перехід економічно розвинутих країн на постіндустріальний рівень. Зайнятість населення можна аналізувати за галузями економічної діяльності, професійною, освітньою та віковою структурою. Зосередимо свою увагу на галузевій зайнятості населення.

Згідно даних британського журналу «The Economist», структура зайнятості населення характеризується за трьома галузями – сільське господарство, промисловість, сфера послуг. У середньому по світу частка зайнятого населення становить, відповідно, 28,3%, 22,9% і 48,8% відповідно. По країнах Євразії картина зовсім інша і питома вага зайнятого населення по галузям розподілилася таким чином:

сільське господарство - 3,1%, промисловість - 23,3%, сфера послуг - 73,6% (табл.1).

Таблиця 1 – Структура зайнятості населення деяких країн світу

Галузь	Німеччина	Канада	Франція	Швейцарія	Фінляндія	Італія	Україна
Сільське господарство	1,3	1,5	2,6	3,1	3,7	3,8	15,3
Промисловість	27,1	19,5	20,3	20,3	22,0	25,8	24,3
Сфера послуг	71,6	79,0	77,1	76,6	74,3	70,4	60,4

Як бачимо, в Україні маємо надвисоку зайнятість у сільському господарстві – 15,3%, галузі, яка є низькопродуктивною, трудомісткою, низькооплачуваною у порівнянні з іншими видами економічної діяльності. Покажемо це на прикладі Харківської області.

У Харківській області у 2020 р. у сільському господарстві було зайнято 155,5 тис. осіб населення, що становить 12,9% до загальної кількості зайнятих (1208,5 тис. осіб). Порівняно із середнім показником за 2015 – 2019 рр. чисельність зайнятих у цій галузі зменшилася на 14800 осіб або на 8,7%.

Більше, ніж у сільському господарстві області, зайнято лише у двох галузях «Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» (294,2 тис. осіб або 24,2%) та «Промисловість» (222,0 тис осіб або 18,4%).

За рівнем заробітної плати галузь сільського господарства традиційно поступається як окремим видам економічної діяльності, так і середньому рівню по економіці. У 2020 р. середньомісячна заробітна плата штатних працівників сільського господарства становила 8839 грн., що на 11,35 нижче середнього рівня по економіці, на 13,4% - за промисловість, у 2,4 рази – за рівень по галузі «Інформація та телекомунікації».

Низький абсолютний і відносний рівень витрат на оплату праці і відрахувань на соціальні заходи у структурі операційних витрат, сільськогосподарських підприємств, масштабна тінізація трудових відносин (зокрема, зарплат) спричинюють відсутність мотивації як у роботодавців до запровадження сучасних, нових технологій, так і у найманих працівників до підвищення продуктивності праці. Результатом є ганебне явище – бідність працюючого населення.

Тому, привертає увагу досвід розвинених країн світу. Так, у Німеччині, Канаді рівень зайнятості населення у сільському господарстві 1,3 – 1,5%. При цьому, галузь є потужним чинником економічного розвитку.

Наслідком низьких легальних заробітних плат, відсутності робочих місць у країні, суттєвої різниці у вітчизняних заробітних платах та за кордоном стала масштабна зовнішня, циркулярна (зворотна) трудова міграція. Масовий виїзд не вирішує проблем зайнятості українців, бо їй характерна: нерівноправність громадян різних країн у доступі до зайнятості і до повного соціального пакета; неможливість отримати винагороду за працю у повному розмірі (на відміну від постійних мешканців країни).

Таким чином, перехід країни на постіндустріальний рівень вимагатиме адекватних зрушень у структурі зайнятості. Для того, щоб ринок праці функціонував ефективно необхідне підвищення якості робочої сили і ефективності соціальної підтримки, зростання показника продуктивності та оплати праці, зниження соціальної нерівності. Стимулювання розвитку неможливе без створення нових виробництв.

Подальші дослідження буде присвячено сучасним критеріям, вимогам до структур зайнятості населення, а також вирішенню питання, які галузі економіки треба розвивати в Україні задля того, щоб сформувати ефективну продуктивну структуру зайнятості.

МИТНІ ІНТЕРЕСИ ДЕРЖАВИ ТА ДЖЕРЕЛА МИТНОЇ НЕБЕЗПЕКИ

Кемза Р.Г., гр. ФН 4–2

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Макогон**
Державний біотехнологічний університет

Участь України в інтеграційних процесах світової економіки та міжнародному поділі праці створює передумови для сталого економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Водночас відкритість економічної системи породжує додаткові ризики, а тому постає необхідність захисту внутрішнього ринку від недоброякісного імпорту – поставок продукції, яка може завдавати шкоди національним виробникам, здоров'ю людей та навколишньому природному середовищу; а відтак – недопущення неконтрольованого ввезення в Україну екологічно

небезпечних технологій, речовин і матеріалів, збудників хвороб, небезпечних для людей, тварин, рослин, організмів.

Митна безпека – це стан захищеності економічних інтересів держави, забезпечення та реалізації яких досягають шляхом провадження державної митної справи.

Головна мета митної безпеки – це досягнення необхідного рівня надійності митної системи для забезпечення потреб економіки для її гарантованого розвитку на підставі науково–технічного прогресу, збереження або швидкого оновлення виробництва за умов надзвичайних ситуацій, задоволення потреб суспільства шляхом ефективного реалізації митної справи.

Митна безпека держави тісно пов'язана з митною безпекою суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності при перетині товарів через митний кордон та визначається рівнем налагодженої взаємодії усіх суб'єктів митних відносин.

Об'єктом митної безпеки є економічні інтереси держави в галузі митної справи, предметом – діяльність держави із забезпечення національних митних інтересів.

Управління митною безпекою є функцією органів державної влади у визначених організаційно–правових формах з метою задоволення національних інтересів щодо безпечного функціонування та гармонійного розвитку. Суб'єктами забезпечення митної безпеки є органи державної влади, функціями яких є: формування законодавчої та нормативної баз у митній сфері; організація забезпечення надходжень доходів до Державного бюджету; участь і сприяння зовнішньоекономічній діяльності, митно–тарифне та нетарифне регулювання; захист від митного й економічного шахрайства; підготовка кадрового персоналу; захист культурного й інформаційного середовищ держави.

Забезпечення митної безпеки – упровадження в митній справі сукупності засобів, здатних протидіяти внутрішнім і зовнішнім загрозам, викликам у сфері митних економічних відносин; забезпечити можливість досягнення необхідного рівня захищеності, надійності та усталеності митної служби шляхом створення ефективного регуляторного організаційно–економічного механізму.

Митна небезпека – це об'єктивно існуюча можливість негативного впливу явищ, процесів, об'єктів на стан митної безпеки. Джерело митної небезпеки – це сукупність реальних або потенційних економічних, політичних, техногенних та природних умов і явищ, їхніх властивостей та протиріч, дій і намірів певних суб'єктів митних економічних відносин, яка містить у собі та створює ризикові ситуації.

У різному поєднанні вони сприяють переміщенню товарів і транспортних засобів на територію держави шляхом економічного й митного шахрайства, прояву деструктивних властивостей існуючого регуляторного інструментарію митної справи, а також інших митних небезпек.

Митна загроза – конкретна чи безпосередня форма митної небезпеки (на стадії переходу її з можливості в реальність), яка конкретизується відповідною формою прояву й способом впливу і наслідки якої можуть заподіяти будь-яку митну шкоду. Критична точка прояву митної загрози, що потребує відповідного реагування митної служби з метою запобігання або зниження можливої митної шкоди, є митним викликом.

Джерелом митної загрози є дії та вплив людських, соціально-економічних, техногенних і природних чинників, її носіями – товари і транспортні засоби, що перетинають митний кордон; особи, пов'язані з митною діяльністю; природні й техногенні явища, здатні зупинити або обмежити митну діяльність.

Митна складова відіграє важливу роль у процесі забезпечення економічної безпеки загалом та фінансової безпеки зокрема, оскільки спрямована на захист національних економічних інтересів у зовнішньоекономічній і фінансовій сферах одночасно. Сьогодні за умов розвитку глобалізаційних процесів це питання набуває актуальності, відтак гостро постає необхідність використання дієвого інструментарію з метою комплексної оцінки ефективності діяльності митної системи.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МИТНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Клименко Д.М., гр. ФН 4–2

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Макогон**

Державний біотехнологічний університет

Реалізація митної справи, спрямована на захист національних інтересів і сприяння розвитку міжнародної торгівлі, супроводжується митними ризиками, прогнозування та своєчасне управління якими є надзвичайно важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності кожної держави за умов загострення міжнародної конкуренції. Чітке уявлення про усю сукупність ризиків та взаємозв'язок між ними

є важливою умовою мінімізації їхніх негативних наслідків та підвищення ефективності державної митної справи.

Митний ризик – це ймовірність реалізації певної митної загрози з прогнозованим або непрогнозованим можливим збитком, а також можливими наслідками її для митної галузі. Ймовірність реалізації загрози розраховують на підставі комплексної оцінки показників імовірності реалізації конкретної загрози у зовнішньому і внутрішньому середовищі. Ризик може бути наслідком відповідного рішення і завжди пов'язаний із суб'єктом, який не тільки обирає, а й оцінює ймовірність можливих подій та пов'язаних з ними втрат. Можливість прогнозування ймовірності виникнення та мінімізації ризиків визначається системою їхньої класифікації.

Управління ризиками – це робота митних органів з аналізу, виявлення та оцінювання ризиків, розроблення та практичної реалізації заходів, спрямованих на мінімізацію ризиків, оцінювання ефективності й контролю застосування цих заходів. При цьому, кожному ризику відповідає своя система прийомів управління, зокрема, для визначення товарів, транспортних засобів, документів та осіб, які підлягають митному контролю, форм митного контролю, що застосовують до таких товарів, транспортних засобів, документів і осіб, а також обсягу митного контролю.

Система управління ризиками в митній справі – це сукупність інструментів і методів митного контролю, що ґрунтується на принципі вибіркової та дає змогу органам митного контролю обмежуватися лише тими формами митного контролю, які є достатніми для забезпечення дотримання митного законодавства. Метою цієї системи є створення сучасної системи митного адміністрування, що забезпечує ефективний митний контроль, для запобігання порушень митного законодавства України, які: а) мають стійкий характер; б) пов'язані з ухиленням від сплати митних зборів, податків у значних розмірах; в) знижують конкурентоспроможність вітчизняного виробника.

Об'єктом управління є безпосередньо ризик, пов'язаний із проведенням митних операцій. Суб'єктами управління при цьому є посадові особи підрозділів митного оформлення, які чинять цілеспрямований вплив на об'єкт управління.

Основи та принципи митного контролю, які передбачають використання системи управління ризиками, закріплені в Міжнародній конвенції про спрощення та гармонізацію митних процедур

Відповідно до Порядку проведення аналізу й оцінювання ризиків, розроблення і реалізації заходів з управління ризиками для визначення форм та обсягів митного контролю управління ризиками в

Україні провадять за допомогою автоматизованої системи аналізу та управління ризиками (АСАУР).

АСАУР – сукупність програмно-інформаційних комплексів, які забезпечують функціонування системи управління ризиками (СУР) під час митного контролю та оформлення товарів і транспортних засобів у реальному часі. Функціональними елементами цієї системи є електронні профілі ризику довільної складності, складені з використанням таких інноваційних підходів, як алгоритми нечіткої логіки (*fuzzylogic*) та врахування позитивної і негативної історії попередніх митних оформлень.

Проведення органами ДФС (їхніми структурними підрозділами) аналізу, виявлення й оцінювання ризиків для визначення форм та обсягів митного контролю охоплює:

- виявлення умов і чинників, які впливають на виникнення ризиків;
- окреслення областей ризику;
- визначення індикаторів ризику;
- проведення оцінювання ймовірності виникнення ризиків та можливої шкоди у разі їх прояву.

Практичні заходи з управління ризиками реалізують з урахуванням економічної доцільності шляхом оцінювання ризиків, а також співставлення необхідних ресурсів й очікуваних результатів.

За умов зростання інтенсивності зовнішньоекономічної діяльності щораз більше актуалізується необхідність створення та постійного удосконалення систем управління митними ризиками, що підтверджує міжнародне і національне митне законодавство, оскільки розроблення ефективної системи управління ризиками в митній справі сприятиме захисту національних і митних інтересів України.

ВИБІР МЕТОДУ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В ОБЛКОВІЙ СИСТЕМІ

Кононов І.І., асп.

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.О. Нестеренко**
Державний біотехнологічний університет

Дієвим інструментом підвищення прозорості міжнародного податкового планування є методи трансфертного ціноутворення, які забезпечують стабільність оподаткування та усувають можливість переміщення прибутку в інші податкові юрисдикції.

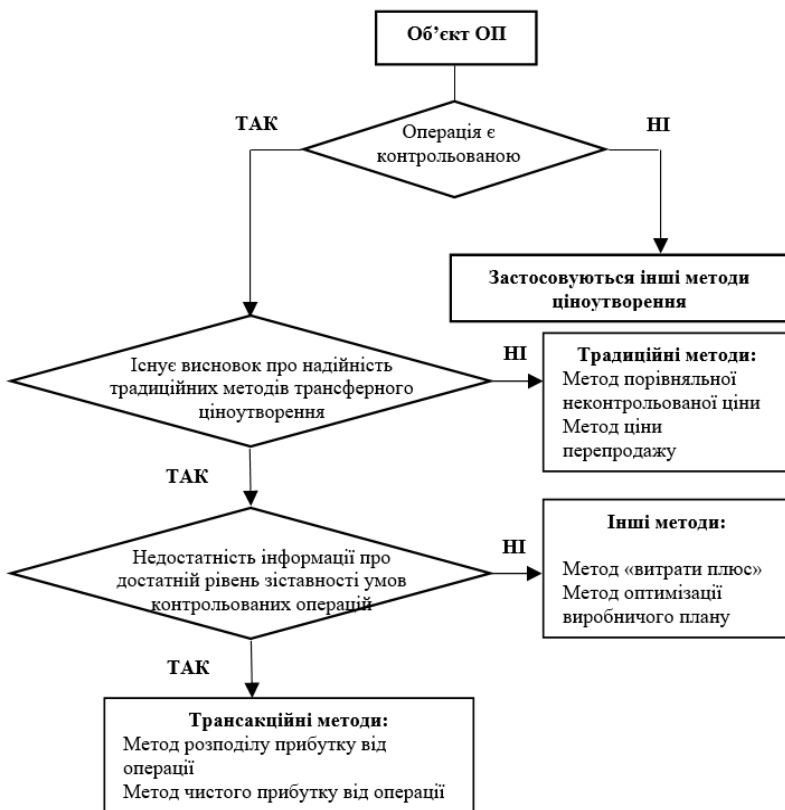


Рисунок 1 – Алгоритм вибору методу ціноутворення в рамках моделі облікової політики

Таким чином, оптимальне визначення ціни напряму впливатиме на загальний фінансовий стан учасника експортно-імпоротної операції та сприятиме:

- підвищенню мотивації кожного учасника експортно-імпоротної операції шляхом забезпечення можливості виходу на будь-які ринки з визначеними правилами ціноутворення;
- налагодженню системи оцінки діяльності учасників експортно-імпоротної операції, що підвищує не лише їх мотивацію, але й відповідальність;
- оптимізації фінансових результатів учасників експортно-імпоротної операції;

- ефективному розподілу ресурсного потенціалу учасників експортно-імпоротної операції, шляхом визначення найпривабливіших товарів, робіт, послуг кожного;

- мінімізації податкового навантаження при співробітництві як з резидентами, так і з нерезидентами;

- наданню гарантій, що автономність кожного учасника експортно-імпоротної операції не буде порушуватися.

При виборі методів трансфертного ціноутворення суб'єкту ЗЕД в обліковій політиці слід обов'язково визначати характер контрольованої операції (активи, які залучені для виконання зовнішньоторговельної операції, її функціональне наповнення, існуючі ризики у кожній зі сторін зовнішньоторговельної операції), володіти повною та достовірною інформацією, яка необхідна для застосування конкретного методу трансфертного ціноутворення, з'являти контрольовані і неkontrolьовані операції для визначення інформації про те, чи дійсно можна такі операції порівнювати одна з одною. Алгоритм вибору методу ціноутворення в рамках моделі облікової політики наведено на рисунку 1.

При виборі методу трансфертного ціноутворення в обліковій політиці необхідно детально вивчити склад компаній-учасників зовнішньоторговельних операцій і ступінь їх складності, що залежить від структури операції, яка може включати безліч учасників від виробників, дистрибуторів, транспортних компаній, операторів, які надають послуги з логістики, сервісних служб, фінансово-кредитних установ, банківських структур, керівних компаній групи до кінцевих споживачів.

ПОГЛИБЛЕННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Кривенко В. М., магістрант

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Л.О. Вдовенко**

Вінницький національний аграрний університет

На сучасному етапі розвитку економіки серед основних проблем, що потребують вирішення в Україні, є формування ефективної банківської системи. Банківський сектор – одна з найбільш інтегрованих у фінансову систему ЄС економічних галузей України.

За офіційними даними Національного банку України станом на 01 вересня 2021 р. з 71 діючих в Україні банків: 33 установи – з іноземним капіталом (на 1 січня 2014 року – 49 банків з іноземним капіталом з 180 працюючих), у тому 23 - зі 100-відсотковим іноземним капіталом (на 1 січня 2014 р. – 19) [1]. Саме іноземні банки більш впевнено себе почували в умовах кризового періоду.

Саме функціонування банків за європейськими стандартами дозволяє досягти максимальної ефективності їхньої діяльності [2, с.390]. На думку автора [2, с.390] «в Україні настав час для розробки раціональних напрямків співробітництва у банківській сфері з країнами Євросоюзу. При цьому необхідно використовувати досвід інших країн, аналізувати можливість застосування для нашої держави, а також створення своєї власної стратегії розвитку та інтеграції до Європейського фінансового простору».

Важливою рисою сучасної світової економіки є поглиблення інтеграційних процесів, що зумовлює необхідність застосування якісно нових підходів до розвитку економіки, які повинні бути спрямовані на формування спільного європейського ринку і проведення спільної для європейських країн економічної та фінансової політики.

Національний банк України у 2019 році продовжував виконувати заходи у сфері європейської інтеграції, передбачені положеннями Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Зокрема зусилля центрального банку фокусувалися на імплементації європейського законодавства з метою вдосконалення банківського регулювання та нагляду, лібералізації руху капіталу, посилення захисту прав споживачів фінансових послуг, оновлення засад функціонування платіжних систем. Так, центральний банк послідовно впроваджував нові регулюючі норми, що відповідають ключовим актам *acquis* ЄС та враховують рекомендації European Banking Authority і найкращу міжнародну практику.

7 лютого 2019 року набрав чинності Закон України "Про валюту і валютні операції", пропозиції до якого були розроблені Національним банком спільно з європейськими експертами. Запрацювала нова проста, зрозуміла і прозора нормативно-правова база – 7 основних валютних регуляцій Національного банку замінили 56 застарілих актів і стали основою нової ліберальної системи валютного регулювання, передбаченої новим законом. Протягом 2019 року Національний банк здійснював покрокове зняття валютних обмежень відповідно до темпів поліпшення макроекономічних умов в Україні.

Завдяки ухваленому Закону щодо захисту прав споживачів фінансових послуг Національний банк отримав повноваження у цій

сфері. У структурі Національного банку було створене Управління захисту прав споживачів фінансових послуг, завданнями якого також є удосконалення нормативно-правової бази з урахування асquis ЄС. Так, уже розроблено вимоги до інформаційного забезпечення банками клієнтів щодо фінансових послуг та методичні рекомендації по розгляду звернень та проведення особистого прийому клієнтів у банках України.

Значну увагу у 2019 році Національний банк приділяв розвитку законодавчої бази з регулювання платіжних послуг, Національним банком було презентовано учасникам платіжного ринку Концепцію нової моделі законодавчого регулювання ринку платежів та переказу коштів. У 2020 році Національний банк продовжить реалізацію Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, у тому числі імплементацію актів асquis ЄС, як це передбачено Планом заходів Національного банку з виконання Угоди про асоціацію та Стратегією розвитку фінансового сектору України до 2025 року [3].

Розгортання процесів інтеграції на сучасному етапі пов'язане з прискоренням руху міжнародних фінансових потоків у часі і просторі, збільшенням обсягів всіх видів міжнародних трансакцій, зростанням кількості потужних транснаціональних банків, які у своїй діяльності виходять за межі національних банківських систем, а також розвитком сучасних інформаційних технологій. Поступова ліквідація бар'єрів щодо здійснення міжнародних операцій та входження іноземного капіталу в національні банківські системи, лібералізація руху капіталу, а також пом'якшення антимонопольного законодавства щодо створення банківських холдингів призводять до тісної взаємодії банківських систем окремих країн.

Інформаційні джерела:

1. Офіційний сайт НБУ: Електронний ресурс: Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/>
2. Смолінська С.Д., Наконечна Ю.С. Інтеграція банківської системи України в умовах світової економіки. Молодий вчений. 2018. № 10 (62). жовтень. С. 390-393.
3. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-prodovjuyevikonuvati-zaplanovani-zahodi-u-sferi-yevropeyskoyi-integratsiyi> (дата звернення 16.10.2021).

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ТА МАТЕРІАЛЬНО-ФІНАНСОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Крутько М.А., д-р екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет

Наявність інституту місцевого самоврядування та його реальне і ефективне функціонування є однією із основ демократичного ладу у суспільстві. Виконання функцій територіальними органами місцевого самоврядування реалізує безпосередній принцип народовладдя, тобто влади народу на місцях, що забезпечує гарантування дотримання прав людини на участь в управлінні державними справами. В нинішніх умовах, які склалися та в яких перебуває Україна: нестабільна політична ситуація, економічна криза, слабка й недосконала правова система неможливо говорити про якісне функціонування інституту місцевого самоврядування, а отже й про існування демократизму в найкращих його іпостасях. Наразі гостро постають питання матеріально-фінансового, технічного, організаційно-правового забезпечення діяльності місцевих органів і дана проблематика є не достатньо висвітленою, а отже потребує детального дослідження та пошуку шляхів удосконалення функціонування механізму децентралізації публічної влади.

Трансформаційні перетворення в економіці нашої країни пов'язані з переходом до ринкових відносин системи господарювання, реформи видів власності та органів самоврядування [1, с. 88]. Геополітичне економічне визнання України у сучасній системі світогосподарських координат, на сьогоднішній день – одне з головних питань та проблем національного соціально-економічного розвитку. Це складна, багатоплоскова, структурна модель взаємопов'язаних явищ, яка містить політичний, історичний, соціокультурний, психоментальний та цивілізаційний фактори прояву та впливу [2, с. 218].

Реформа 2014 року стала відправною точкою в успішній деконцентрації публічної влади на муніципальний рівень. Завдяки цій реформі територіальні громади отримали широкі повноваження, а також фінансовий, матеріально-технічний та правовий інструментарій та серйозні можливості для забезпечення місцевого розвитку.

На нашу думку правильно буде почати з аналізу правового забезпечення функціонування інституту місцевого самоврядування, адже саме правове регулювання суспільних відносин є потужним інструментом держави завдяки якому відбувається вплив на суспільні процеси в середині країни, поведінку та свідомість людей.

Особливістю регулювання відносин в цій сфері є те, що органи місцевого самоврядування є самостійними при вирішенні питань місцевого значення, а отже вплив держави на такі відносини є вкрай опосередкованим, зведеним до мінімуму. Систему нормативно-правового регулювання місцевого самоврядування складають акти різного рівня: Основний закон, де визначено загальні конституційні засади місцевого самоврядування; спеціалізовані закони «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про службу в органах місцевого самоврядування», «Про органи самоорганізації населення», закони, що визначають порядок формування органів місцевого самоврядування – Виборчий кодекс, зокрема; та інші загальні законодавчі акти, положення яких стосуються органів місцевого самоврядування.

Отже, дослідивши інститут місцевого самоврядування в Україні можна дійти до висновку що місцеве самоврядування є найбільш ефективним механізмом реалізації безпосередньої демократії в державі. Організаційна і фінансова самостійність надають місцевим органам та посадовим особам певні гарантії виконання функцій на власний розсуд і ризик без втручання центральних органів державної влади у свою діяльність. Важливим питанням наразі є недосконалість правового регулювання управління та адміністрування на місцях, а саме неповна відповідність міжнародним стандартам місцевого самоврядування, визначених у головному міжнародному документі – Європейській хартії місцевого самоврядування. Також гостро стоїть питання неповного регулювання участі громад у вирішенні питань місцевого значення, що полягає у відсутності локального нормативного акту – статуту об'єднаної громади, який має колосальне значення бо забезпечує фактичну можливість громади реально користуватися наділеними повноваженнями та ефективно їх реалізовувати.

Інформаційні джерела:

1. Крутько М.А. Теоретичні засади розвитку інтеграційних процесів у вітчизняному агропромисловому комплексі. Актуальні проблеми сучасної науки: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Полтава: ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая», 2015. С. 88–90.

2. Крутько М.А. Ідентифікація інтеграції в соціально-економічному розвитку України. Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. 2016. № 174. С. 218–223.

СУТНІСТЬ ТА ПРОЯВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кушка П.А., асп.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **І.Б. Яців**

Львівський національний аграрний університет

Проблема соціальної відповідальності підприємств останнім часом набуває все більшої актуальності. Великі агрохолдинги та невеликі аграрні бізнеси переосмислюють своє функціонування і формують нові стратегії, що дозволили б їм краще реагувати на потреби споживачів, партнерів, суспільства та довкілля. Принципи соціальної відповідальності стають однією зі складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію сільськогосподарських підприємств, приваблює клієнтів та утримує найкращий персонал. Соціальна відповідальність підприємств сьогодні – це основний чинник формування корпоративної стратегії, яка пов'язана з добровільно узятими на себе соціальними зобов'язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому. Ця концепція активно розвивається у всьому світі в різних формах і проявах, але не набула ще достатнього поширення серед сільськогосподарських підприємств України.

Соціальна відповідальність у секторі сільськогосподарських товаровиробників – складне та багатоаспектне поняття. Поширеним є міркування, що це зобов'язання, які добровільно беруть на себе сільськогосподарські підприємства, у тому числі сімейні ферми, для вирішення суспільно значущих проблем, як у межах самої бізнес-спільноти, так і за її межами, тобто на виробничому, муніципальному, регіональному, національному та глобальному рівнях. З іншого боку соціальна відповідальність – це політика конкретного сільськогосподарського підприємства, згідно з якою воно має враховувати інтереси суспільства, розуміти вплив власних дій та рішень на довкілля, споживачів, менеджерів, працівників, контрагентів, партнерів та інших учасників.

Можемо розглянути поняття соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств з іншого ракурсу як добровільний внесок аграрного бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній площинах, що пов'язано з основною діяльністю конкретного аграрного підприємства. У загальному розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це довгострокове зобов'язання сільськогосподарського підприємства поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників, їх родин, сільської громади та сільських територій загалом.

Для українського агробізнесу проблематика соціальної відповідальності є новою і, відповідно, недостатньо розробленою як у теоретичному, так і в прикладному аспектах. З огляду на це актуальним є дослідження питань економічного стимулювання формування соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств. Зокрема, особливі уваги потребують питання впровадження концепцій соціальної відповідальності для: забезпечення конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, підвищення рівня життя селян, забезпечення екологічної безпеки, ефективного і бережливого використання природних ресурсів, сприяння співпраці сільськогосподарських підприємств із місцевою громадою, розбудови партнерства між приватним бізнесом та державним сектором для реалізації загальнодержавних і регіональних стратегій соціально-економічного розвитку.

Через залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність сільськогосподарських підприємств на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами забезпечується:

- на рівні підприємства – низка конкурентних переваг для сільськогосподарських підприємств: ширший доступ до капіталу та ринку, більші обсяги продажу та прибутків, покращені процеси прийняття рішень та управління ризиками, економія операційних витрат, зростання продуктивності та якості продукції, ефективна база людських ресурсів, міцна репутація, більша лояльність покупців тощо;

- на рівні суспільства – підвищення рівня життя громадян, рівня екологічної безпеки, ефективності і бережливого використання природних ресурсів, сприяння співпраці агробізнесу з місцевою спільнотою. Чим вища соціальна відповідальність сільськогосподарських підприємств, тим краща якість життя селян;

- на рівні держави – розбудова партнерства між приватними сільськогосподарськими підприємствами та державним сектором в межах реалізації загальнодержавних та регіональних стратегій соціально-економічного розвитку (зокрема, стратегії енергозбереження, інноваційного розвитку тощо).

Реалізація соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств відбувається в декілька етапів.

Перший етап – базовий. Він містить у собі початкові передумови для подальшого формування соціально відповідальної поведінки сільськогосподарського підприємства. На цьому етапі головним принципом є повне виконання підприємством усіх зобов'язань у межах вимог сформульованих законодавством.

На другому етапі соціальної відповідальності сільськогосподарське підприємство реалізує соціальні ініціативи. У якості головного пріоритету передбачає проведення заходів соціальної відповідальності, що будуть мати позитивний вплив на економічні результати сільськогосподарського підприємства. Цей рівень передбачає забезпечення персоналу сільськогосподарського підприємства не тільки належними умовами праці, але і адекватними умовами існування

Третій етап соціальної відповідальності передбачає реалізацію заходів, економічна вигода від яких не є очевидною. Зокрема це такі суспільно значущі форми соціальної активності як підтримка історичних пам'яток, впорядкування громадських просторів на сільських територіях, організація культурних та спортивних заходів. Залежно від того, наскільки системно сільськогосподарське підприємство займається соціальними заходами, і залежно від глибини зв'язку між соціальними ініціативами та основними бізнес-процесами сільськогосподарського підприємства, можна виділити два підходи до соціальної діяльності: благодійний та комерційний. Відповідно до комерційного підходу, соціальна діяльність сільськогосподарського підприємства пов'язується з досягненнями її бізнес-цілей.

ОФШОРНІ ЗОНИ ЯК БЕЗПОДАТКОВІ ГАВАНІ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Мединська Т. В., канд. екон. наук, доц.

Проказюк М. Ю., здоб. ВО

Львівський торговельно-економічний університет

З метою успішного функціонування бізнесу в сучасних умовах з метою отримання прибутків та мінімізації сплати податків, часто вдаються до способів використання безподаткових гаваней як зон з низьким рівнем оподаткування, тобто офшорних зон. Офшорами називають компанії, зареєстровані не в тій країні, де вони працюють, а в одній з офшорних зон, що складають понад сотні країн світу, де діє інше законодавство, зменшені ставки податків на прибуток та приховуються справжні власники бізнесу.

До країн, які входять до складу офшорних зон для України станом на 2021 рік згідно законодавства відносять [1]:

1. Британські залежні території: Острів Гернсі, Острів Джерсі, Острів Мен, Острів Олдерні;

2. Близький Схід: Бахрейн;
3. Центральна Америка: Беліз, Панама;
4. Європа: Андорра, Гібралтар, Монако;
5. Карибський регіон: Ангілья, Антигуа і Барбуда, Аруба, Багамські Острови, Барбадос, Бермудські острови, Британські Віргінські Острови, Віргінські Острови (США), Гренада, Кайманові Острови, Монтсеррат, Нідерландські Антильські Острови, Пуерто-Ріко, Сент-Вінсент і Гренадіни, Сент-Кітс і Невіс, Сент-Люсія, Співдружність Домініки, Теркс і Кайкос;
6. Африка: Ліберія, Сейшельські Острови;
7. Тихоокеанський регіон: Вануату, Маршалські Острови;
8. Південна Азія: Мальдівська Республіка.

Офшорні зони надають багато переваг для іноземних компаній та іноземних інвестицій, особливо в сфері оподаткування але разом з тим існують також і недоліки офшорів, які полягають у труднощах стосовно отримання кредитів та недовіри влади до офшорних компаній [2, с. 545].

Згідно даних Державної служби статистики України [3], спостерігається найбільший відтік грошей з України до Кіпру, так станом на 2020 рік сума склала 6272,7 млн. дол. США, зокрема вкладення капіталу спрямовується на такі сфери як: промисловість (переробна промисловість, виробництво основних фармацевтичних продуктів та препаратів); оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; транспорт, складське господарство поштова та кур'єрська діяльність; фінансова та страхова діяльність; операції з нерухомим майном; професійна наукова та технічна діяльність; діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування.

Другою країною за грошовими потоками з України є Латвія, суми прямих інвестицій (з метою використання податкової гавані) станом на 2020 рік склали 73,0 млн. дол. США. Як відомо кошти з України в Латвію направляються в такі сфери як: сільське, лісове та рибне господарство; промисловість (переробна промисловість, виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, виробництво основних фармацевтичних продуктів та препаратів); оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; фінансова та страхова діяльність; операції з нерухомим майном; діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування.

Наступною за кількістю відтоку капіталу з України є Британські Віргінські острови, сума станом на 2020 рік склала 33,7 млн. дол. США, зокрема кошти скеровуються у такі сфери: промисловість

(переробна промисловість, виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів); оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; фінансова та страхова діяльність; професійна, наукова та технічна діяльність.

Угорщина теж займає одне з вагомих країн, через які скеровуються прямі інвестиції станом на 2020 рік у розмірі 16,1 млн. дол. США, в тому числі кошти направляються у такі сфери як: промисловість (переробна промисловість, виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, водопостачання: каналізація, впровадження з відходами); транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; професійна наукова та технічна діяльність.

Отже, з вище проаналізованого матеріалу можна зробити висновки, що найпривабливішою зоною для інвестування коштів в бізнес з метою податкової офшоризації є Кіпр. Причинами цього є: лояльна система оподаткування Кіпру включає в себе малу ставку податку на прибуток (12,5%), доходи, які звільняються від оподаткування корпоративним податком: дохід від продажу цінних паперів, дивіденди (крім тих дивідендів, які відраховуються компанією-платником дивідендів з податкової бази з податку на прибуток), процентний дохід, що виникає не в результаті звичайної (або тісно пов'язаної зі звичайною) діяльності компанії, доходи, отримані від діяльності постійного представництва за кордоном (при дотриманні певних умов), доходи у вигляді курсових різниць (форекс), за винятком курсових різниць, що відносяться до торгівлі іноземною валютою або деривативами на іноземну валюту.

Причинами відтоку грошових коштів з України до офшорів можуть бути: надмірний або високий рівень оподаткування в державі, нестабільна економіка в країні, нестабільна політична ситуація в країні, адміністративні бар'єри для ведення бізнесу, бажання приховати реального власника компанії тощо. Аби вирішити цю проблему варто вжити такі заходи: реорганізація та реформування органів, які розслідують відмивання коштів, створити в країні сприятливий інвестиційний клімат, застосування санкцій до тих, хто користується послугами податкових сховищ, перегляд українського законодавства щодо регулювання діяльності офшорного бізнесу, поширення інформації у ЗМІ щодо боротьби з відмиванням коштів, які отримані злочинним шляхом, збільшення ефективності моніторингу за грошовими операціями тощо.

Інформаційні джерела:

1. Кабінет Міністрів України. Перелік офшорних зон станом на 2021 рік. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/152436>.

2. Мединська Т. В. Особливості оподаткування в офшорних зонах. Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітні аспекти : зб. наук. праць за матеріалами II Всеукр. наук.-практ. конф. (29-30 берез. 2018 р.). Дніпро : НМетАУ, 2018. С. 542-545.

3. Державна служба статистики України. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіці України/з України за 2018-2020 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/inv_zd/pi_ak_ks_ved/arh_pi_ak_ks_ved_u.html.

СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Осіпчук Т.С., здоб. другого (магістерського) рівня ВО
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Антощенкова**
Державний біотехнологічний університет

Глобалізація залишається потенційно потужним і динамічним фактором економічного зростання та ефективного використання потенціалу підприємств та країни вцілому. Саме слово «потенціал» має подвійний зміст: по-перше, як фізична характеристика, величина, яка характеризує запас енергії тіла, що знаходиться в даній точці поля; по-друге – (в переносному сенсі) – ступінь потужності (прихованих можливостей) в будь-якому відношенні. Слово «потенціал» (від лат. *potentia*) означає «прихована сила», «можливість», «потужність». Отже, на нашу думку, потенціал це сукупність можливостей для досягнення певних цілей або нереалізована на даний момент здатність і реалізація якої можлива за наявності необхідних умов. У наукових джерелах відзначається важливість вивчення проблеми оцінки економічного потенціалу підприємства, розглядається сутність і склад, але елементи його структури найчастіше розглядаються відокремлено, при побудові структури економічного потенціалу не враховуються принципи ієрархії і взаємовпливу.

Необхідною умовою сталого розвитку підприємства є формування інноваційного потенціалу, на базі всіх ресурсних можливостей. При цьому, головним фактором формування інноваційного потенціалу є інтелектуальний потенціал підприємства, який в основному визначається складовими трудового потенціалу. Інтелектуальний потенціал вносить вклад в формування майнового (матеріально-технічного) потенціалу у вигляді прав на об'єкти

інтелектуальної власності (організаційного-інтелектуального потенціалу. Варто зауважити, що інноваційний потенціал знаходиться у взаємозв'язку з ринковим потенціалом, що формує стійкий попит на продукцію, вироблену підприємством. Цілеспрямований вплив на ресурсний потенціал підприємства надає управлінський потенціал, від рівня розвитку якого залежить ефективність використання ресурсних можливостей підприємства. Кумулятивний вплив виробничого, інноваційного та ринкового потенціалів, відповідних умов конкурентоспроможності підприємства на ринку, формують економічний потенціал підприємства. В табл.1 обґрунтовано структурні компоненти економічного потенціалу підприємства.

Таблиця 1 – Структурні компоненти економічного потенціалу підприємства

Компоненти	Визначення
Виробничий потенціал	сукупність ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства та мають вирішальне значення для можливостей функціонування підприємства в тих чи інших умовах з приводу отримання максимально можливого виробничого результату
Трудовий потенціал	сукупність фізичних і інтелектуальних якостей працівника в заданих умовах досягати певних результатів професійної діяльності та самовдосконалюватися в процесі праці, вирішуючи нові завдання, що виникають в процесі зміни на виробництві
Управлінський потенціал	навички та здібності керівників усіх рівнів менеджменту щодо формування, організації, створення належних умов для функціонування і розвитку соціально-економічної системи підприємства
Фінансовий потенціал	сукупність фінансових ресурсів, наявних у нього в розпорядженні, і здібностей співробітників здійснювати ефективне фінансове управління з метою отримання максимально корисного ефекту
Інвестиційний потенціал	це сукупність фінансових ресурсів, які за певних умов здатні перетворитися в інвестиційні ресурси
Інноваційний потенціал	готовність і здатність підприємства здійснювати вперше або відтворювати ту чи іншу інновацію
Маркетинговий потенціал	здатність маркетингової служби забезпечити задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту

Потрібно розмежовувати поняття «економічний потенціал підприємства» та «економічний потенціал країни». На нашу думку, потенціал підприємства це сукупність потенційних ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства та мають вирішальне значення для можливостей функціонування підприємства в тих чи інших умовах. В умовах подальшого посилення взаємозалежності в світовій економіці повільне і нестійке економічне зростання, низькі ціни на сировинні товари і нестабільність міжнародної фінансової системи ускладнюють країнам, що розвиваються отримати потенційні вигоди від міжнародних інтеграційних і глобалізаційних процесів.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ РЕЙТИНГУ ІННОВАЦІЙ – 2020

Панфілова Я.А., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.О. Ставерська**
Державний біотехнологічний університет

Вирішальними факторами економічного зростання і конкурентоспроможності провідних країн світу є інноваційна активність суб'єктів науки і виробництва та безперервне інноваційно-технологічне оновлення усіх сфер суспільства. Інноваційно орієнтована економіка створює умови для людського розвитку і високих стандартів якості життя. Посилення ролі інноваційної складової соціально-економічного розвитку актуалізує дослідження інноваційного потенціалу та результативності функціонування національних інноваційних систем. Теоретико-методологічні аспекти вимірювання інноваційного і людського розвитку країн, оцінювання внеску кожної з них у глобальну інноваційну сферу перебувають у полі зору провідних міжнародних інституцій, зокрема таких спеціалізованих підрозділів ООН, як Світова організація інтелектуальної власності, Програма розвитку ООН та ін. [1, с. 66]. Визнаючи потужний вплив інновацій на економічний поступ і процвітання країн, Міжнародна школа інноваційного бізнесу INSEAD у співпраці з Корнелльським університетом і Світовою організацією інтелектуальної власності, починаючи з 2007 р., щорічно обчислюють Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index, GII). Рейтинг охоплює понад 130 країн, які перебувають на різних рівнях інноваційного розвитку. Неодмінною умовою включення країни до GII є доступність не менше як 60% необхідних для розрахунку даних.

Глобальний індекс інновацій – це багатовимірна оцінка національної інноваційної сфери, на яку покладається завдання визначати позицію країни за рівнем інноваційного розвитку у світовому контексті. Крім порівняльного аналізу, ГІІ на основі багатого й унікального набору даних уможливує ідентифікацію відносних переваг та слабких ланок національних інноваційних систем і стає важливим інструментом оцінювання ефективності інноваційної політики держави. Для вимірювання використовують комплекс з понад 80 базових показників, різних за статистичною природою і джерелами інформації. З них дві третини складають макроекономічні показники з офіційних джерел досліджуваних країн, інші показники – це рейтингові оцінки різних міжнародних інституцій та експертні оцінки лідерів бізнесу в рамках опитувань Світового економічного форуму [1, с. 66].

Світові інноваційні тенденції та рейтинг інновацій 2020 року визначено для 131 країни. Рейтинг Глобального інноваційного розвитку складався на основі дослідження наступних критеріїв: інфраструктура, наявність дослідних установ, унікальність ринку та бізнесу, бюджет, що виділяється на дослідження, вміння продуктивно поєднувати знання і технології та ефективність креативних підходів.

Рейтинг інновацій 2020 року очолили такі країни-лідери:

- Європа – Швейцарія, Швеція, Велика Британія;
- Північна Америка – США, Канада;
- Латинська Америка і Кариби – Чилі, Мексика, Коста-Ріка;
- Південно-Східна Азія – Сінгапур, Південна Корея, Гонконг;
- Центральна і Південна Азія – Індія, Іран, Казахстан;
- Північна Африка і Західна Азія – Ізраїль, Кіпр, ОАЕ;
- Східна і Південна Африка – ПАР, Маврикій, Кенія, Танзанія.

Останні рядки рейтингу посіли Ефіопія, Нігерія, М'янма, Гвінея,

Ємен.

Україна також потрапила до рейтингу і навіть посіла друге місце в топ-10 країн з найкращим рейтингом у своїй групі – серед країн з рівнем доходу нижче середнього (першим визначено В'єтнам, третім – Індію). Загалом, вона опинилася на 45 позиції та набрала 37,4 балів зі 100. А також ввійшла до групи країн, які показали успіхи в інноваційній сфері у 2020 році.

Основні зміни рейтингу країни було обумовлено такими складовими:

- освіта - 23 місце (+20 сходинок);
- R&D - 44 місце (+ 10 сходинок);
- створення знань (патенти та винаходи) 23 місце (-6 сходинок),

за реєстрацією корисних моделей ми № 1!;

- політична та операційна стабільність - 123 місце (+2 сходинки);
 - ефективність уряду - 93 місце (+2 сходинки);
 - верховенство права - 109 місце (-2 сходинки);
 - регуляторна політика - 88 місце (+6 сходинок);
 - легкість початку бізнесу - 52 місце (-4 сходинки).
- Отже, Україна продемонструвала загальне зростання рейтингу інноваційного розвитку, покращив показник 2019 р. на дві позиції.

Інформаційні джерела:

1. Єріна А. М. Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. Ч. II. Індекси інноваційного та людського розвитку. *Статистика України*. 2016. № 4. С. 66–75

2. Рейтинг інновацій 2020 та місце України у ньому. URL: <https://pingvin.pro/gadgets/news-gadgets/rejtyng-innovacij-2020-ta-misce-ukrayiny-u-nomu.html>

СУЧАСНІ ТRENДИ SMM-МАРКЕТИНГУ

Посохова С.В., гр. МР-39

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.В. Жегус**
Державний біотехнологічний університет

У зв'язку з активним поширенням digital-технологій та покращенням цифрових навичок споживачів відбулися суттєві зміни в моделях прийняття купівельних рішень, зокрема у пошуку інформації про товари та послуги. Саме з цього сучасний споживач починає свій шлях здійснення покупки, тому суб'єктам господарювання необхідно не просто забезпечити присутність бренду та інформації про продукти в Інтернет, що вирішується за допомогою створення та просування сайтів, а активно взаємодіяти з потенційними покупцями у зручному для них форматі, на зручних платформах.

Відповідно до щорічного звіту Global Digital 2021 сумарно у 2020 р. людство провело в Інтернеті понад 1,3 мільярда років, більшість цього часу – в соцмережах. Нині з майже восьмимільярдного населення планети соцмережі використовують 4,2 мільярда людей – більш як половина. За останнє десятиліття кількість прихильників соціальних медіа потроїлась, а за останній рік зросла приблизно на 13%, зокрема через пандемію [1]. За даними аналітичних оглядів майже кожна людина, яка має смартфон, користується Інтернетом, при

цьому найбільш часто для перегляду соціальних мереж та месенджерів. Зважаючи на зазначені тенденції, соціальні мережі стають усе більш важливими та пріоритетними інструментами інтернет-маркетингу для налагодження і підтримки взаємодії зі споживачами. Ураховуючи розвиток концепції маркетингу 5.0, основний орієнтир якої сфокусовано саме на цифрову взаємодію з використанням мобільних пристроїв та високу популярність соціальних мереж серед користувачів, зростає необхідність використання компаніями SMM (Social media marketing).

Умовою успішного SMM для досягнення як комерційних, так і комунікаційних цілей є розробка та реалізація стратегії, що передбачає формування чіткого плану конкретизованих дій щодо просування бренду та/або продуктів у соціальних мережах на певний період часу. При цьому важливо розуміти та ураховувати тренди SMM [2], які постійно оновлюються під впливом динамічних змін, що відбуваються.

Загострення глобальних проблем вимагає від компаній спрямування зусиль на підвищення цінності бренду за рахунок забезпечення відповідності їх місії найбільш гострим з них. Саме соціальні мережі стали тими платформами, на яких компанії мають можливість трансливати своє відповідальне ставлення до суспільства та навколишнього середовища, привертати увагу до соціальних проблем та шляхів їх вирішення, і тим самим покращувати позитивний імідж бренду, підвищувати його цінність та приваблювати цільову аудиторію.

Змінюються як орієнтири, так і технології маркетингу в соціальних мережах. Тривалий час SMM стратегії базувалися на хайпі – агресивній, провокаційній та нав'язливій рекламі, характерній для суспільства споживання, смакові переваги якого формувалися за рахунок надлишкового потоку інформації. Але на даному етапі такі технології втрачають дієвість та результативність. Фокус споживачів усе більше прямує до щирості і чесності, тому одним із сучасних трендів SMM стратегії є все більше використання нативної реклами, яка не виокремлюється серед іншого контенту, не заважає, не відволікає. У цьому контексті для залучення аудиторії використовують корисні і цікаві статті, відеоролики, тести, ігри, огляди, опитування, рекомендації тощо. Головне при цьому – креативний підхід та точне спрямування на проблеми і потреби цільової аудиторії.

Серед трендів в моделях купівельної поведінки слід відзначити зростання частки споживачів, які довіряють користувацькому контенту, тому під час прийняття ними рішень щодо покупки вони орієнтуються на відгуки та коментарі клієнтів. Відповідно до цього компанії зацікавлені у поширенні такого контенту на своїх сторінках

соціальних мереж. Для цього необхідно мотивувати, стимулювати та підтримувати наміри клієнтів щодо розміщення ними своїх відгуків та коментарів, рекомендацій, оглядів свого клієнтського досвіду використання продукту, історій про те, як продукт допоміг їм вирішити проблему. Саме такий тип контенту сприятиме збільшенню охоплення, згадок і видимості бренду, зростання довіри до нього та попиту на продукт.

Найбільша зміна, що відбувається в технологіях SMM, пов'язана з перерозподілом ресурсів зі створення контенту в його просування. Тим самим втрачають свою актуальність сірі методи накручування підписників, стимулювання поширення значної кількості постів. Акцент зміщується у бік створення якісного, унікального, персоналізованого контенту, тобто націленого на чітко виділену цільову аудиторію, та його цільове платне просування.

У цілому зміни в технологіях маркетингу, моделях споживчої поведінки, процеси цифровізації зумовлюють необхідність постійного відстеження змін та забезпечення адаптації стратегії SMM до них.

Інформаційні джерела:

1. Соцмережі-2021: ТікТок старшає, Facebook – переважно жіночий, а стрічку ми гортаємо 400 мільйонів років. URL. <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv>
2. Тренди в SMM 2021. URL. <https://odesseo.com.ua/trendi-v-smm-2021/>

БЮРО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: ЗНАЧЕННЯ ІНСТИТУЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Руденко П.С., Боженко В.С., гр. ФН-66

Мошніна К.С., гр. ОА20-4м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Руденко**

Державний біотехнологічний університет

Проголошений євроінтеграційний курс державної політики зобов'язує Україну забезпечувати ефективне функціонування інститутів, які гарантуватимуть верховенство права, додержання прав та інтересів фізичних та юридичних осіб, їх ефективний захист.

Наразі правоохоронну функцію в сфері економічних порушень бізнесу виконують податкова міліція, Служба безпеки України та Національна поліція України.

Варто відмітити такі негативні тенденції роботи правоохоронних органів в сфері економічних порушень – за даними офіційної статистики Офісу Генерального прокурора у 2019 році було зареєстровано 1287 кримінальних проваджень за ухилення від сплати податків. Водночас на стадії досудового розслідування у цьому році було закрито 262 кримінальні провадження, з яких 259 – за відсутності складу кримінального правопорушення. Результатами судового розгляду відповідних справ за визначений період у Єдиному державному реєстрі судових рішень наявні всього 18 вироків, а саме: 10 обвинувальних вироків, із яких 3 – на підставі угод про визнання винуватості та 8 виправдувальних вироків.

Така статистика свідчить про недостатньо ефективну роботу в першу чергу податкової міліції у розслідуванні економічних злочинів, необхідність позбавити правоохоронні органи від невластивих їм функцій та відокремити правоохоронну функцію від сервісної функції податкової.

Створення єдиного державного органу, відповідального за боротьбу з економічними злочинами, та уникнення дублювання відповідних функцій у різних правоохоронних органах – це також одна з вимог Меморандуму про економічну та фінансову політику.

У процесі тривалих дискусій у вітчизняному політикумі, які тривали більше 5 років, було прийнято Закон України «Про Бюро економічної безпеки України» № 1150-IX, він набув чинності 25 березня 2021 року. Бюро повинно було запрацювати з 25 вересня 2021 року, втім депутати дозволили відтермінувати на два місяці початок його роботи до 25 листопада 2021 року.

Відповідно до ч. 1 ст. 1 Закону України «Про Бюро економічної безпеки України» Бюро економічної безпеки України – це центральний орган виконавчої влади, на який покладаються завдання щодо протидії правопорушенням, що посягають на функціонування економіки держави» [1].

На виконання покладених завдань Бюро економічної безпеки виконує такі функції: правоохоронну; аналітичну; економічну; інформаційну; інші [1]. Варто зазначити, що надії у якісній зміні підходів до боротьби з економічними правопорушеннями покладаються саме на аналітичну функцію. Планується, що ключовою функцією Бюро економічної безпеки буде аналітична робота, а не силові повноваження. Бюро аналізуватиме бенефіціарів фінансових операцій і визначатиме, чи є порушення закону в обігу коштів тих чи інших бізнес- чи державних структур.

Нами на основі вивчення нормативних актів про роботу Бюро економічної безпеки та на основі дослідження позиції її керівництва, що ними висвітлені, зокрема, в їх інтерв'ю у ЗМІ було визначено такі повноваження Бюро:

- виявлення зон ризиків у сфері економіки шляхом аналізу структурованих і неструктурованих даних;

- оцінювання ризиків і загроз економічній безпеці держави, напрацювання способів їхньої мінімізації та усунення;

- надання пропозицій щодо внесення змін до нормативно-правових актів з питань усунення передумов для створення схем протиправної діяльності у сфері економіки;

- забезпечення економічної безпеки держави шляхом запобігання, виявлення, припинення, розслідування кримінальних правопорушень, що посягають на функціонування економіки держави;

- збирання та аналіз інформації про правопорушення, що впливають на економічну безпеку держави, та визначення способів запобігання їхньому виникненню в майбутньому;

- планування заходів у сфері протидії кримінальним правопорушенням, віднесеним законом до його підслідності;

- виявлення та розслідування правопорушень, пов'язаних з отриманням та використанням міжнародної технічної допомоги;

- складання аналітичних висновків і рекомендацій для державних органів з метою підвищення ефективності ухвалення ними управлінських рішень щодо регулювання відносин у сфері економіки.

Таким чином, в Україні створено новий орган з забезпечення правоохоронної функції в сфері економічних порушень, на який покладаються великі надії, в першу чергу, з активізації фінансового середовища нашої держави.

Інформаційні джерела:

1. Про Бюро економічної безпеки України: Закон України від 28.01.2021 № 1150-IX. Законодавство. Верховна Рада України: офіційний вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1150-20#Text> (дата звернення: 10.04.2021).

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТИ

Савченко Б. М., гр. ФБСС – 5М

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Ю. Скоромна**

Державний біотехнологічний університет

Розвиток цифрової економіки збільшує популярність електронних валют, які можуть швидко реагувати на зміни на ринку віртуальних платежів. Криптовалюта в сучасній системі міжнародних валютних, фінансових та кредитних відносин є зручною формою електронних платежів і пропонує великі перспективи для інвестицій.

Біткоїн - найпопулярніша та ліквідна цифрова валюта, яка не прив'язана до місцевої валюти чи нематеріальних активів і не контролюється. Капіталізація ринку криптовалют перевищила 230 млрд. дол. США та біткоїни 129 млрд. дол. США [1].

Біткоїни створюються за допомогою "майнінгу" - процесу формування нових блоків у базі даних за допомогою комп'ютерної потужності та спеціалізованого обладнання. Цікаво, що банки, що використовують технологію блокчейн, щорічно економить від 8 до 12 млрд. дол. США.

Щодня з'являється близько 3600 нових біткоїнів, але їх кількість обмежена 21 мільйоном. Очікується, що останній біткоїн буде видобутий у 2140 році [2], коли плата за відкритий блок становить 0,00000001 біткоїн. На сьогодні випущено понад 16 мільйонів біткоїнів (76% від їх можливої кількості).

Поява криптовалют була логічним явищем, пов'язаним з розвитком валютних ринків та технологій, але, як і інші види інновацій, воно залишилося непоміченим для суспільства в цілому. У той же час, впровадження біткоїна в 2009 році, нарешті, привернуло увагу більш широкого кола людей та бізнесу, незважаючи на те, що самі криптовалюти з'явилися у 1980-х роках.

Першою і, мабуть, найбільшою і найважливішою відмінністю між біткоїном та іншими криптовалютами була технологія блокчейн, на якій базувалася нова криптовалюта. Саме технологія блокчейн дозволила здійснити децентралізацію, тобто контроль за діяльністю тих, хто бере участь у цьому процесі, а не центральний орган на кшталт банку. Другою причиною стала відносна прозорість біткоїна. Хоча ніхто не знає імен винахідників, що стоять за спільною назвою «Сатоші Накамото», звіт про філософію та технологію криптовалюти доступний кожному.

Адже зростання недовіри до фінансових установ після світової кризи 2008 року стало поштовхом до початкової популярності біткойнів. Перша відома транзакція з біткойнами відбулася в 2010 році, коли один з майнерів криптовалют купив 2 піци Пара Jones за 10000 біткойнів. Таким чином, на момент першої транзакції ціна біткойна становила близько 2,2 копійки, або 0,0028 долара. З тих пір багато що змінилося, і тепер цей шахтар, схоже, шкодує, що купив дві піци замість однієї.

Вартість біткойна 12 жовтня 2021 р. досягла \$ 57,4 тис. - це рекорд з початку травня. За останні два тижні вартість криптовалюти зросла на 35,7% і на 4% нижче її рекордно високого показника в квітні. Біткоїн досяг свого рекордного рівня в квітні 2021 р., коли ціна в доларах перевищила позначку в 63 \$ тисячі.

У травні 2021 р. ринок криптовалют обвалився через нову заборону криптовалют в Китаї. Китайським фінансовим установам заборонили надавати послуги, пов'язані з цифровими активами. Вартість біткойна впала до середини липня - коли він опустився нижче позначки 30 000 доларів. Після цього біткоїн почав відновлюватися в серпні і в середині місяця подолав позначку в 50 000 доларів.

У вересні 2021 р. центральний банк Китаю визнав усі транзакції криптовалют незаконними. Поточне рішення не справило такого значного впливу на ринок криптовалют порівняно з травневою заборонаю. На вартість біткойна, ймовірно, вплинули коментарі керівництва SEC щодо відсутності планів щодо заборони криптовалют у США та кроку щодо регулювання цього ринку для захисту інвесторів.

Проведене дослідження приводить нас до наступних висновків – криптовалюта є привабливим об'єктом для інвестицій та набуває все більшої популярності. Серед науковців та аналітиків поки що немає єдиної думки щодо подальшої стратегії розвитку криптовалют в світі, її легалізації та законності використання. Проте, значна кількість населення зацікавленими у купівлі та використанні даного інструменту і це слугуватиме поштовхом для пошуку шляхів регулювання її обігу та використання.

Інформаційні джерела:

1. Cryptocurrency Price Live Data. URL: <https://coinmarketcap.com/currencies/>
2. Cryptographic assets and related transactions: accounting considerations under IFRS // PwC, 2021. URL: <https://www.pwc.at/de/newsletter/ifrs/in-brief-in-depth/2021/01-2021-in-depthcrypto.pdf>

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКО-КИТАЙСЬКИХ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Ван Сюй, здоб. ВО

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **Н.В. Проскурніна**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Сучасні реалії світогосподарських відносин висувають на перший план завдання, які вимагають від України орієнтуватися на національні інтереси та співпрацювати з різними країнами світу з максимальною вигодою. Саме тому питання розвитку українсько-китайських торговельно-економічних відносин є таким, що потребує детального дослідження. Крім того, в умовах необхідності швидкої та ефективної модернізації української економіки, налаштування її на рейки сучасного світового ринку інвестиційні, виробничі та науково-технологічні можливості поглиблення співпраці з Китаєм. Привабливість цього напрямку зовнішньої політики України визначається багатьма чинниками, серед яких не останнє місце посідає постійно зростаюча політична та економічна вага КНР у світі. Китайська Народна Республіка (КНР) є найбільшим у світі виробником товарів та експортером, вплив якого на світову торгівлю постійно збільшується. Протягом останніх років Китай завершив модернізацію виробництва та продовжує процес переорієнтації своїх експортних потоків з дешевих споживчих товарів та напівфабрикатів на готову продукцію з високою технологічною складовою, що спричиняє посилення конкуренції з боку китайських виробників на традиційних для України зовнішніх ринках [1].

За даними Державної служби статистики України в 2020 році двосторонній товарообіг відновив своє зростання, сягнувши 15,42 млрд. дол. США, що на 20,6% більше, ніж у 2019 році. При цьому, експорт з України склав 7,1 млрд. дол. США (зростання на 197,8%), імпорт 8,32 млрд. дол. США (зменшення на 10%) (таблиця 1).

Доцільно зазначити, що у торговельних відносинах спостерігається суттєвий дисбаланс між обсягами експортних й імпортних поставок. Протягом 2001-2020 рр. експорт українських товарів і послуг до Китаю перебував у межах 1,32-7,1 млрд. дол. США, тоді як відповідні обсяги імпорту сягали 4,7-9,2 млрд. дол. США (рис. 1), що вказує на сальдо двосторонньої торгівлі на користь КНР становило 1,22 млрд. дол. США [2].

Таблиця 1 – Динаміка основних характеристик двосторонньої торгівлі між Україною та КНР в 2001-2020 рр., млрд дол. США

Рік	Експорт	Імпорт	ЗТО	ЗТС	Коефіцієнт покриття експорту імпортом
2010	1,32	4,76	6,08	-3,44	0,28
2011	2,18	6,27	8,45	-4,09	0,35
2012	1,78	7,9	9,68	-6,12	0,23
2013	2,73	7,903	10,633	-5,173	0,35
2014	2,67	5,41	8,08	-2,74	0,49
2015	2,4	3,77	6,17	-1,37	0,64
2016	1,9	4,7	6,6	-2,8	0,40
2017	2,04	5,65	7,69	-3,61	0,36
2018	2,2	7,61	9,81	-5,41	0,29
2019	3,59	9,2	12,79	-5,61	0,39
2020	7,1	8,32	15,42	-1,22	0,85

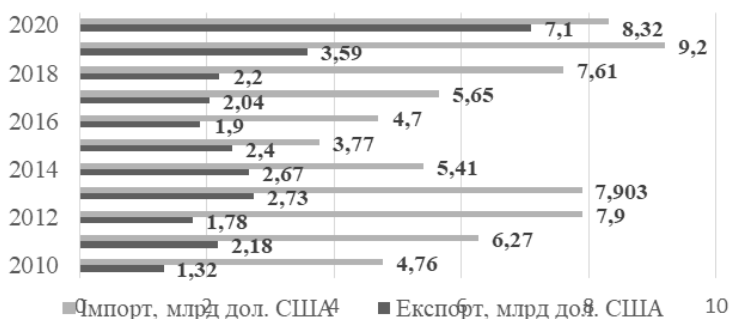


Рисунок 1 – Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі між Україною та КНР в 2001-2020 рр., млрд. дол. США

Таким чином, українсько-китайська двостороння торгівля, за умови ефективної зовнішньоекономічної політики та раціонального використання ресурсного потенціалу двостороннього співробітництва, має значні перспективи розвитку.

Інформаційні джерела:

1. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.worldbank.org> (дата звернення: 06.10.2021).
2. офіційний сайт Державної служби статистики України банку [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.10.2021).

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Тимошенко А.В.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.Ю. Величко**
Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»

Практика малого бізнесу в розвинених країнах демонструє, що головна його функція саме соціальна - створення робочих місць для зменшення соціальної напруги та скорочення майнової нерівності у суспільстві. У більшості розвинених країн малий бізнес є потужним елементом національної економіки, у цьому сегменті працює велика кількість підприємств. Так, в Данії малий бізнес створює 80% ВВП, в Італії – 60 %, а в середньому в країнах ЄС близько 55-60 % [1].

В структурі економіки більшості країн ЄС малий бізнес посідає лідируючі позиції, оскільки має низку суттєвих переваг: швидко адаптується до змін кон'юнктури ринку, має високий рівень гнучкості та можливість конкурувати в галузях, оперативно реагує на потреби споживачів тощо. При цьому держава постійно вдосконалює програми підтримки малого бізнесу, що стало особливо актуальним в умовах пандемії COVID-19. Так, Адміністрація малого бізнесу США (SBA) надає фінансову та адміністративну підтримку малому бізнесу SBA заохочує комерційні банки надавати кредити, гарантуючи виплату частини прострочених кредитів. Загальнодержавний SBA надає допомогу шляхом надання консультацій, доступу до позик у разі лиха та федеральних контрактів на додаток до надання порад щодо відкриття та ведення бізнесу. [2]

У Канаді малий бізнес визначається як комерційне підприємство. Понад 800 000 канадців володіють малим бізнесом. У Канаді є 1,23 мільйона роботодавців, з яких 1,2 мільйона (97,9%) - це малі підприємства. На малих підприємствах Канади зайнято 8,4 мільйона осіб, або 68,8% загальної приватної робочої сили. В останні роки внесок малого бізнесу у ВВП Канади становив у середньому 51,1% у секторі виробництва товарів проти 55,7% у секторі виробництва послуг. Під час пандемії урядом Канади розроблено низку заходів підтримки малого бізнесу. Найважливішим засобом підтримки в країні є надання безвідсоткових кредитів у розмірі до 40 000 доларів США для покриття операційних витрат малого бізнесу (заробітна плата, орендна плата, комунальні послуги, страхування, податок на майно або обслуговування кредитів). Узагальнена оцінка заходів щодо підтримки малого бізнесу у різних країнах (табл.1) дає можливість зробити висновок, що багато

країн сприяють розвитку малого бізнесу шляхом застосування конкретних інструментів підтримки в умовах пандемії.

Таблиця 1 – Заходи підтримки малого бізнесу з боку держави у різних країнах

Заходи підтримки малого бізнесу з боку держави	Країна
Збільшення обсягів підтримки у вигляді гарантій за кредитами	Канада, Данія, Фінляндія, Угорщина, Італія, Південна Корея, Нідерланди, Словаччина, Словенія
Збільшення частки прямого фінансування	Канада, Угорщина, Корея, Сербія, Словенія, Іспанія
Надання особливих умов гарантій для стартапів.	Канада, Данія, Фінляндія, Нідерланди, Нова Зеландія, Швеція, Швейцарія, Іспанія

За статистичними оцінками, малий та середній бізнес відіграє ключову роль і в економіці України, забезпечуючи близько 64% доданої вартості, 81,5% зайнятих працівників у суб'єктах господарювання та 37% податкових надходжень. [3] Тому підтримка малого бізнесу є важливою складовою національно економічної політики, але порівняно з розвиненими країнами немає економічних можливостей впроваджувати значні програми допомоги. В Україні прийнято Державну програму стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020-2022 роки. Цією програмою Уряд запровадив систему підтримки бізнесу, яка спроможна зняти фінансове навантаження на підприємців у період карантинних обмежень та включає такі складові, як: кредитні канікули; податкові преференції; підтримка малого і середнього бізнесу; підтримка агробізнесу; інформаційна підтримка бізнесу.

Пандемія як кризове явище – це не лише кризовий період, а й період для можливостей розвитку бізнесу, що пов'язані із виникненням нових ніш та бізнес-стратегій, активним впровадженням цифрових технологій та електронної комерції.

Інформаційні джерела:

1. Марачов В. Малий бізнес: реалії і соціально-економічні партнерства. Управління сучасним містом. 2018. 150 с.

2. Velychko K., Golikova Y. Small business as a factor of sustainable economic development: international experience. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. URL: https://www.hduht.edu.ua/images/hduht/nauka/conf/2021/t-k_23.04.21.pdf
3. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ОСНОВНІ РИЗИКИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Шигимага С.Д., здоб. ВО

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Антошенкова**
Державний біотехнологічний університет

Як показує світова практика, процес поглинання, або витіснення більш слабких виробників є загальносвітовою тенденцією в умовах глобалізації. Також на рівні України, у виробництві і переробці продукції цілком реальним є витіснення дрібних фермерів великими інтегрованими комерційними структурами, що займають домінуючі позиції, і загострення внаслідок цього проблем у сільській місцевості. Неконтрольована експансія високоінтенсивних виробництв може також мати і серйозні негативні екологічні наслідки. Водночас, у разі ефективної організації галузь тваринництва здатна стати каталізатором розвитку сільської економіки, створивши замкнений цикл виробництва і переробки продукції. В табл.1 наведено динаміку кількості сільськогосподарських тварин в Україні за 1990-2020 роки.

Кількість сільськогосподарських тварин в Україні за роки незалежності значно зменшилась. Особливо катастрофічно скоротилось поголів'я ВРХ на 88,3%, корів на 80% свиней на 70%, овець та кіз на 36,5%, свійської птиці – на 18,4%. Найбільша частка ВРХ, свиней, овець та кіз утримується господарствами населення, а отже, відповідно, це впливає і на якість сировини та конкурентоспроможність кінцевої продукції тваринництва [1, с. 30; 2].

Для підтримання необхідного рівня виробництва сировини (молока, м'яса та ін.) переробні підприємства продовжуватимуть ініціювати і фінансувати створення великих тваринницьких комплексів з високопродуктивними тваринами і налагодженою стабільною системою забезпечення якості продукції. З метою найповнішого використання сприятливої кон'юнктури світового ринку необхідно

Таблиця 1 – Кількість сільськогосподарських тварин в Україні за 1991-2021 роки на 1 січня, тис. голів

	Роки				2021 р. у% до 1991р.
	1991	2001	2011	2021	
Господарства усіх категорій					
Велика рогата худоба	24623,4	9423,7	4563,1	2874,0	11,7
у тому числі корови	8378,2	4958,3	2630,8	1673,0	20,0
Свині	19426,9	7652,3	7960,4	5876,2	30,2
Вівці та кози	8418,7	1875,0	1731,7	1140,4	13,5
Птиця свійська, млн.гол	246,1	123,7	203,8	200,7	81,6
Підприємства					
ВРХ	21083,3	5037,3	1528,5	1008,4	4,8
у тому числі корови	6191,6	1851,0	588,5	423,9	6,8
Птиця свійська, млн.гол	33,0	5,3	10,6	09,7	82,4

форсувати розвиток сировинної бази переробної промисловості відповідно до сучасних вимог; підвищувати якість кінцевої продукції; узгоджувати її асортимент з потребами конкретних країн-імпортерів; освоювати нові зростаючі перспективні ринки.

Роль держави у регулювання національного ринку полягає у необхідності: спрямувати політику розвитку вітчизняного виробництва продукції тваринництва у напрямі підтримки становлення кооперативів як єдиної альтернативи утвердженню панування у галузі крупних агрохолдингів [3, с.160]; удосконалити механізми фінансової підтримки різних груп сільськогосподарських товаровиробників, стимулюючи виробництво якісної сировини і дотримання виробниками екологічних нормативів; забезпечити за допомогою інструментів зовнішньоторговельного регулювання продовольчу незалежність країни у даному сегменті національного агропродовольчого ринку, а також захист його від неякісної імпоротної продукції; контролювати дотримання екологічних нормативів і протиепідеміологічних заходів, особливо крупними товаровиробниками, що, як правило, розміщують свої виробництва поблизу великих населених пунктів. Проте для цього необхідне активне сприяння з боку приватного і суспільного секторів – відмова від політики структурної деформації, яка штучно збільшує економічний ефект від зростання масштабів виробництва і пригнічує дрібних виробників; створення інституціональних й інфраструктурних можливостей для успішної інтеграції дрібних виробників у динамічну та успішну тваринницьку індустрію.

Інформаційні джерела:

1. Антощенко В.В. Сучасний стан молочного скотарства в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. №2. С. 25–32.

2. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Онегіна В.М., Антощенко В.В. Спільна аграрна політика та конкурентоспроможність сільського господарства ЄС. «Європейські уроки аграрної політики для України»: кол. монографія. ЖНАУ, 2019. С.152-163.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ГАЛУЗІ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Шигимага С.Д., гр. ЕП20-26 пр.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **М.А. Крутько**

Державний біотехнологічний університет

На сьогодні великого значення набуває розвиток України та її міжнародна інтеграція до світового співтовариства. Значну роль в побудові міцної системи забезпечення таких інтеграційних перетворень відіграє державотворча складова та ефективний механізм управління та адміністрування на рівні країни. Значним аспектом створення ефективного механізму є напрацювання нормативно-правових, політико-соціальних, економічних, управлінсько-адміністративних та інших чинників, які здатні формувати сприятливий мікроклімат для України в умовах міжнародних інтеграційних та глобалізаційних процесів.

Підтримуємо думку Страшко Л.В., яка зазначає, що «Головна мета будь-якого управління у публічній чи у приватній сфері – з мінімальними витратами ресурсів, часу і зусиль досягнути максимальної ефективності, дієвості і результативності. Основне ж завдання, яке стоїть перед публічним управлінцем, відмінне від завдання, яке виконує бізнес-управлінець. Якщо бізнесовий управлінець своєю діяльністю прямо впливає на отримання прибутку певної підприємницької одиниці, то публічний управлінець – на якість життя громадян певної адміністративно-територіальної одиниці чи держави в цілому. Публічний управлінець намагається найбільш раціонально використати наявну інфраструктуру для надання публічних благ та задоволення суспільного інтересу» [1, с.176]. Варто відзначити, що ефективність виходить на перший план таких процесів як управління та адміністрування в умовах інтеграції та глобалізації, через призму

економії та гармонізації витрат ефективності і відповідності напрямів освоєння коштів держави.

У всіх сферах суспільного життя основоположного значення набуває розвиток системи управління та адміністрування. Для стабілізації та гармонізації інтеграційних і глобалізаційних процесів, під впливом яких знаходиться Україна в сучасних умовах, необхідна здорова система апаратного забезпечення таких процесів, що може гарантувати притоку іноземних інвестицій та розширення мережі інноваційних потенціалів для країни. Світова співпраця та злагодженість дій в частині синхронізації економіко-правових та політико-соціальних аспектів дасть можливість сформувати потужну платформу по забезпеченню успішного функціонування всіх сфер та галузей національної економіки.

Налагодження системи інноваційного забезпечення в країні можливе за рахунок реалізації інтеграційних процесів та розвитку, що дасть змогу для стимуляції нарощення техніко-технологічного забезпечення, посилення інвестиційних потоків в країну [2, с. 40].

Інтеграція економічна та направлена на європейську співпрацю повинна характеризувати собою об'єктивний процес, який би зумовлював розвиток продуктивних сил. Вона є одним з напрямів збільшення розмірів підприємств, розширення їх зв'язків з галузями та підприємствами, що завершують технологічні процеси у виробництві кінцевої продукції. Вона поєднує у собі економічні явища та процеси, що полягають у взаємодії, зближенні, узгодженні діяльності різних підприємницьких структур, спрямованих на підвищення економічної ефективності їх господарювання. Основною проблемою у формуванні та функціонуванні інтеграційних структур, на даному етапі розвитку, є відсутність відповідної нормативно-правової бази та законодавчого визначення їх організаційно-правових форм, що ускладнює здійснення процесів управління на різних інтеграційних рівнях та спричиняє певні труднощі у виконанні фінансово-розрахункових операцій [3, с. 90].

Таким чином подальша демократизація суспільства, публічне адміністрування і управління базується та передбачає генерацію адаптивних механізмів ідентифікації, аналізу й задоволення суспільних потреб та інтересів, які формуються викликами сучасних реалій та перспективами подальшого розвитку України в галузі управління та адміністрування в умовах міжнародних інтеграційних та глобалізаційних процесів.

Інформаційні джерела:

1. Страшко Л.В. Механізми публічного управління у сфері зайнятості населення. Наукові перспективи. № 4 (10). 2020. С. 172–180.

2. Красноруцький О.О., Крутько М.А. Сільськогосподарська обслуговуюча та фінансово-кредитна кооперація: механізми та інструментарій розвитку. Монографія. Х.: «Смугаста типографія». 2014. 263 с.

3. Крутько М.А. Теоретичні засади розвитку інтеграційних процесів у вітчизняному агропромисловому комплексі. Актуальні проблеми сучасної науки: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. Полтава: ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая», 2015. С. 88–90.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Яцина Є.Ю., здоб. третього (освітньо-наукового) рівня освіти
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Ярова**
Державний біотехнологічний університет

Директор інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України Е.М. Лібанова вказує на те, що «двадцять перше сторіччя – це буде сторіччя конкуренції не за нафту, не за газ, не за питну воду ..., а тотальної конкуренції за робочу силу» [1, с. 41].

Розвиток ринку праці Харківської області відбувається на фоні стрімкого процесу старіння і депопуляції населення. У 2020 р. загальний коефіцієнт народжуваності становить 6,3‰, коефіцієнт смертності – 16,7‰. Тобто маємо природне скорочення населення 10,4‰. У деяких районах області коефіцієнт смертності перевищує 20‰ (Золочівський, Первомайський, Барвінківський тощо). Головна причина цих явищ – низька народжуваність. Для того, щоб покоління дітей хоча б чисельно замістило покоління батьків, «сто пересічних жінок мають народжувати бодай 213 дітей» [1]. У Харківській області у 2020 р. цей показник становить 97,8 дітей.

За даними Головного управління статистики у Харківській області чисельність постійного населення станом на кінець 2020 р. становила 2618,2 тис. осіб, у т.ч. кількість зайнятих - 1208,5 тис. осіб або 44,2%. Відповідні показники у 2000 р. були на такому рівні: чисельність постійного населення – 2921,8 тис. осіб, кількість зайнятих – 1272,4 тис. осіб, рівень зайнятості – 43,5%. Як бачимо, за 21 рік маємо зменшення чисельності постійного населення області на 303,6 тис. осіб. За обсягами ця втрата населення рівнозначна розмірам трьох районів області – Харківський (чисельність населення 174,8 тис. осіб), Дергачівський (чисельність населення 92,0 тис. осіб), Богодухівський (чисельність населення 37,1 тис. осіб).

З 1995 р. відповідно до рекомендацій Міжнародної організації праці у практику роботи органів державної статистики впроваджено вибіркове обстеження населення (домогосподарств) з питань економічної активності (з 2019 р. – обстеження робочої сили). Це обстеження проводять за місцем постійного проживання населення та охоплюють осіб віком 15 років і старше (до 2019 р. – 15–70 років), щодо яких розраховують оцінки про робочу силу, зайнятість та безробіття населення. У табл. 1 наведено динаміку чисельності населення за статусом участі у складі робочої сили.

Таблиця 1 – Динаміка чисельності населення Харківської області за статусом участі у складі робочої сили, 2000-2020 рр.

Статус участі у складі робочої сили	Роки			2020 р. у % до 2000 р.
	2000	2010	2020	
Робоча сила	1463,5	1365,2	1288,1	88,0
працездатного віку	1334,9	1264,0	1242,3	93,1
старше працездатного віку	128,6	101,2	45,8	35,6
Зайняті	1272,4	1267,3	1208,5	95,0
працездатного віку	1145,0	1166,1	1162,7	101,5
старше працездатного віку	127,4	101,2	45,8	35,9

Згідно даних табл. 1, у 2020 р. чисельність робочої сили Харківської області становить 1288,1 тис. осіб, у тому числі 96,4% - населення працездатного віку. Порівняно з 2000 р. чисельність економічно активного населення у віці 15 – 70 років зменшилася на 12%, у т.ч. зайнятого економічно активного населення – на 5%. Ми отримали тенденцію зменшення робочої сили у середньому за рік на 0,6%, працездатного віку – на 0,4%, старше працездатного віку – на 5%.

Чисельність робочої сили у сільській місцевості Харківської області у 2020 р. становить 227,9 тис. осіб або 17,7% до показника в цілому по області. У 2020 р. у цілому по області рівень зайнятості населення віком 15 – 70 років становить 59,9%. Він суттєво коливається у розрізі окремих вікових груп і у залежності від місця проживання: у міській місцевості – 59,9%, сільській – 57,2%. У віці 15-24 роки у селах зайнято 37,6% молоді, у містах – 23,1%. Менші можливості для зайнятості має сільська молодь віком 25-29 років – зайнято лише 60% проти 86% у міській місцевості. Спочатку сільська молодь не може навчатися у ВНЗ, бо не мають можливості високі бали сертифікатів ЗНО, а потім, не маючи дипломів про вищу освіту,

сільська молодь не може знайти роботу, бо є неконкурентоспроможною на ринку праці.

Перспективи подальших наукових розробок будуть зосереджені на аналізі структури зайнятості населення (за видами економічної діяльності, за віковими групами, за місцем проживання), на проблемах офіційної зайнятості і створенні робочих місць у рамках ведення соціально відповідального бізнесу.

Інформаційні джерела:

1. Лібанова Е.М. Проблеми розвитку ринку праці в контексті соціальної політики України, загроз та викликів ХХІ століття. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2012. № 2. С. 41-46.

ЗМІСТ

Секція 1 ОБЛІК І АУДИТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Андрусенко А.О. (Керівн. Бондаренко О.М.) Організація обліку, контролю та аналізу розрахунків з постачальниками та підрядниками	3
Артеменко Я.О. (Керівн. Беленкова М.І.) Інвентаризація на підприємстві – організація та методика	4
Артеменко Я.О. (Керівн. Рагуліна І.І.) Організація внутрішньогосподарського контролю на підприємстві	6
Брага Ю.С. (Керівн. Бондаренко О.М.) Необхідність управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства	8
Вишневська І.М. (Керівн. Герасимова Т.І.) Внутрішній аудит у системі управління підприємством	9
Галац В.О. (Керівн. Жидовська Н.М.) Подання фінансової звітності в форматі iXBRL на основі таксономії	11
Гарбулінська-Лігачова Я.В. (Керівн. Ярова В.В.) Аналіз використання витрат на оплату праці	13
Губарева С.С. (Керівн. Нестеренко І.В.) Шляхи вдосконалення обліку нематеріальних активів підприємства	16
Дерев'янка О. О. (Керівн. Кашперська А.І.) Зобов'язання підприємств готельного бізнесу: організація обліку та шляхи зменшення	18
Добровольська Л.В. (Керівн. Косова Т.Д.) Особливості організації та методики обліку, аналізу і контролю товароруку квітів і рослин	20
Дроб'язко В. В. (Керівн. Рагуліна І.І.) Особливості аудиту розрахунків оплати праці в аграрних підприємствах	22
Дроб'язко В.В. (Керівн. Ярова В.В.) Прогнозування продуктивності праці аналітичним методом екстраполяції тенденцій	24

Клименко М.І. (Керівн. Косова Т.Д.) Проблемні аспекти організації і методики обліку, аналізу та контролю лізингових операцій на транспорті	26
Ковальова С.В. (Керівн. Янчева Л.М.) Критерії оцінки якості зовнішнього і внутрішнього аудиту в форматі МСФЗ	28
Король С.Я. (Керівн. Сколотій Л.О.) Особливості організації обліку виробничих запасів на підприємстві	30
Король С.Я. (Керівн. Ярова В.В.) Статистичні методи аналізу динаміки і ступеня варіації виробництва продукції	32
Кривич Н. В. (Керівн. Маренич Т.Г.) Мета та етапи проведення внутрішнього аудиту виробничих запасів	34
Курганська М.Г. (Керівн. Ярова В.В.) Множинна регресія як метод оцінки ефективності роботи аграрного підприємства	36
Маренич Т.Г. Особливості калькулювання продукції (робіт, послуг) в аграрних підприємствах	38
Маркевич Л. С. (Керівн. Подольчук О.А.) Особливості створення наказу про облікову політику щодо обліку виробництва органічної сільськогосподарської продукції	40
Мілевич Г. В. (Керівн. Топоркова О.В.) Міжнародний досвід економічної категорії «витрати» підприємств ресторанного господарства в управлінській системі	42
Ніжегольцева О.А. (Керівн. Ковальова О.В.) Особливості допиту експерта-бухгалтера	44
Опанасюк А.Р. (Керівн. Бондаренко О.М.) Порядок розрахунку резерву сумнівних боргів	46
Перехода А.А., Плешинець К.В. (Керівн. Засць Г.В.) Нормативно-правове регулювання обліку праці та її оплати	47
Півторак Д.М., Протоцька Т.І. (Керівн. Прокопишин О.С.) Побудова бухгалтерського обліку в управлінні підприємством: концептуальні засади	49

Піскун К.А. (Керівн. Ярова В.В.) Факторний аналіз ефективності виробництва насіння соняшнику	51
Прокопенко С.Г. (Керівн. Ковалевська Н.С.) Перспективи розвитку обліку дебіторської заборгованості	53
Пузиренко А.О. (Керівн. Корпанюк Т.М.) Грошові кошти в системі обліку фермерських господарств	55
Резніченко В.С., Калиниченко Д.С. (Керівн. Василішин С.І.) Професія бухгалтера у сучасному професійному просторі України	57
Свінцева Д.Ю. (Керівн. Рагуліна І.І.) Управлінський аудит на підприємстві	59
Свінцева К.Ю. (Керівн. Рагуліна І.І.) Необхідність організації внутрішнього аудиту з метою підвищення ефективності управління підприємством	61
Скотаренко В.С., Савченко І.П. (Керівн. Крутько М.А.) Теоретичні аспекти формування облікової політики підприємства	63
Слепцова Ю.А. (Керівн. Скоромна О.Ю.) Сутність та роль обліку в системі управління підприємством	65
Смелаш В.І. (Керівн. Остапенко Р.М.) Затраты и себестоимость в государственном регулировании аграрной экономики	67
Таран Т.В. (Керівн. Бірченко Н.О.) Особливості обліку розрахунків з підзвітними особами	69
Устиченко А.О., Татаренко В.Д., Чернишова К.А., Зайка С.С. (Керівн. Луценко О.А.) Аудит в умовах застосування комп'ютерних технологій	71
Шаповалова І.В. (Керівн. Наумова Т.А.) Об'єкти та суб'єкти внутрішнього контролю основної діяльності підприємств електронного бізнесу	73
Шпакова О.О. (Керівн. Нестеренко О.О.) Особливості аудиту інтегрованої звітності	75
Щербатюк Х.В. (Керівн. Акімова Н.С.) Інформаційне забезпечення внутрішнього аудиту дебіторської і кредиторської заборгованості в підприємствах торгівлі	77

Секція 2 ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Simplice Konan-Kouassi (Supervisor Maliy O.G.) Tax System and Tax Reform in Cote D'ivoire	80
Амансахєдов А. (Керівн. Коптєва Г.М.) Сучасний стан та перспективи оподаткування сільськогосподарських товаровиробників	82
Гайдар І.Ю. (Керівн. Утенкова К.О.) Придбання основних засобів: питання обліку і оподаткування	84
Єрмоленко Н.Г. (Керівн. Маренич Т.Г.) Системи оподаткування в Україні	86
Жовтогарячий А. С. (Керівн. Міщенко В.С.) Вплив податкової системи на аграрне виробництво в Україні	88
Король Є.Я. (Керівн. Рагуліна І.І.) Податковий контроль – поєднання теорії і практики	90
Корсунов Є.І. (Керівн. Коптєва Г.М.) Сучасний механізм оподаткування доходів фізичних осіб	92
Пальоха О.В. (Керівн. Сколотій І.В.) Облік основних засобів у діючій системі оподаткування	94
Приходько Н.В. (Керівн. Косова Т.Д.) Облік, аналіз та контроль податку на прибуток підприємства: новели законодавства в контексті детінізації економіки	96
Таран Т.В. (Керівн. Сколотій Л.О.) Особливості обліку та оподаткування виробництва і реалізації продукції сільського господарства	98

Секція 3 РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Chabaniuk O., Ohirko I. Pojęcie języka przedsiębiorstwa	101
Polupan V., Nosulia O. (Supervisor Sorokina S.) Application of information systems and technologies in enterprise management	103

Бережна А.І. (Керівн. Кашена Н.Б.) Концепт обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів	105
Божко Я.Ю. (Керівн. Гаркуша Н.М.) Обліково-аналітичне забезпечення управління витратами підприємства	108
Гасвський Є.В., Гордієвич І.О. (Керівн. Василюшин С.І.) Автоматизація облікових процесів в умовах цифрової економіки: переваги та недоліки	110
Гринявський С.М. (Керівн. Жук В.М.) Стратегічне мислення як елемент системи стратегічного управління підприємством	112
Дерев'янку О.О. (Керівн. Бочуля Т.В.) Тренд когнітивних технологій в інноваційній організації обліково-аналітичного забезпечення управління	113
Дроб'язко В.В. (Керівн. Сколотій Л.О.) Особливості формування облікової політики	115
Какуріна Х.Е. (Керівн. Кирильсва Л.О.) Управлінські аспекти формування облікової політики в частині доходів і витрат операційної діяльності	118
Лебеденко А.М. (Керівн. Василюшин С.І.) Місце управлінського обліку в системі обліково-інформаційного забезпечення на підприємстві	120
Літвінова Ю.І. (Керівн. Нестеренко О.О.) Особливості класифікації грошових потоків торговельних підприємств	122
Мухіна М.М. (Керівн. Кашена Н.Б.) Цифровізація управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі	124
Романашенко І.О. (Керівн. Маренич Т.Г.) Переваги запровадження електронного документообігу на підприємствах	126
Свінцова Д.Ю., Свінцова К.Ю. (Керівн. Горковенко І.В.) Автоматизація бізнесу за допомогою конфігурації Business Automation Software (BAS)	128

Царевський М.В. (Керівн. Скоромна О.Ю.) Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства	130
Шавша Ю.О. (Керівн. Нестеренко О.О.) Принципи системи управління грошовими потоками підприємства	132
Шай К.Л. (Керівн. Горох О.В.) Управління оборотними активами підприємства	134
Якуніна А.А. (Керівн. Горох О.В.) Оптимізація структури капіталу підприємства	136

Секція 4 ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Nakisko V.O. (Supervisor Maliy O.G.) Approaches to evaluation of the financial potential of the enterprise	139
Asouilda Y. (Supervisor Mishchenko V.) World experience of effective monetary policy	141
Андрейків Т.Я. Капіталізація банківського сектору як чинник зростання економіки	143
Ахмаді Саджида (Керівн. Мельничук І.І.) Механізм управління валютними операціями комерційного банку	145
Білоус К.І. (Керівн. Марценюк О.В.) Сучасні тенденції і проблеми ринку страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів та шляхи їх вирішення	147
Боднар А.В. (Керівн. Марценюк О.В.) Ринок страхових послуг в Україні: тенденції та перспективи розвитку	149
Боженко В.С., Розсоха К.О. (Керівн. Малій О.Г.) Банківський кредит у фінансовому забезпеченні інноваційної діяльності	151
Борисенко Д.В. (Керівн. Ставерська Т.О.) Бюджетування як основа визначення беззбитковості підприємства	153
Бучок Н.О. (Керівн. Коваль Н.І.) Основні підходи до визначення сутності власного капіталу	155

Власюк Н.І. Муниципальний фандрайзинг як джерело зміцнення фінансової незалежності територіальних громад	157
Гвоздев М.П. (Керівн. Лисак Г.Г.) Недоліки системи методів оцінки кредитоспроможності позичальників	160
Герасимчук В.Г. (Керівн. Вдовенко Л.О.) Обґрунтування необхідності розробки стратегії залучення інвестицій на розвиток сільських територій України	161
Герасимчук М.С. (Керівн. Рагуліна І.І.) Капітальні інвестиції підприємства та джерела їх фінансування	163
Гонтаренко А.В. (Керівн. Євдокімова М.О.) Особливості формування і використання фінансових ресурсів підприємств	165
Грабов`як М.О. (Керівн. Руда О.Л.) Аналіз формування прибутку страхової компанії	167
Дроб`язко В. В. (Керівн. Велієва В.О.) Роль платоспроможності та ліквідності у аналізі господарської діяльності підприємства	170
Дубина В.В. (Керівн. Морозова Г.С.) Лізингове фінансування українських аграріїв	172
Єроменко А. В. (Керівн. Лачкова В.М.) Антикризовий менеджмент як складова інтерактивного управління	174
Завгородня Ю.С. (Керівн. Близнюк О.П.) Управління фінансовою структурою капіталу підприємства	176
Іванюта М.О. (Керівн. Близнюк О.П.) Управління фінансовими інвестиціями торговельних підприємств в інструменти фондового ринку	178
Іващенко А.Г. (Керівн. Жилиякова О.В.) Вплив державного нагляду на розвиток страхового ринку	180
Ісаєнко Ю.О. (Керівн. Скоромна О.Ю.) Фактори формування прибутку підприємства	182

Кемза Р.Г. (Керівн. Скоромна О.Ю.) Стан банківської системи України у 2021 році	184
Кононенко В.С. (Керівн. Євдокімова М.О.) Удосконалення управління дебіторською заборгованістю підприємства	186
Король Є.Я. (Керівн. Велісва В.О.) Особливості аналізу рентабельності та прибутковості підприємства	188
Курганська М.Г. (Керівн. Велісва В.О.) Основні аспекти фінансової стійкості та її аналіз на підприємстві	190
Курдоглянець М.О. (Керівн. Лисак Г.Г.) Моніторинг фінансової стійкості підприємства як основа її антикризового управління	192
Ластович А.В. (Керівн. Близнюк О.П.) Управління інвестиційною діяльністю торговельних підприємств на засадах системного підходу	194
Малихіна Д.В. (Керівн. Євдокімова М.О.) Шляхи удосконалення безготівкових розрахунків в Україні	196
Марченко А.М. (Керівн. Міщенко В.С.) Роль корпоративного податкового менеджменту в системі управління підприємством	198
Матвієнко С.В. (Керівн. Вдовенко Л.О.) Фінансова стійкість підприємства у системі фінансового менеджменту	200
Мацяка В.І. (Керівн. Марценюк О.В.) Структура системи пенсійного страхування в Україні: сучасний стан та напрями удосконалення	202
Мединська Т.В., Боляк І.В. Фінансове планування на підприємстві: сучасні виклики і тренди	204
Мерзляков Ф.В. (Керівн. Лисак Г.Г.) До питання про визначення типу фінансової стійкості підприємства	207
Мороз О.В. (Керівн. Скоромна О.Ю.) Оцінювання фінансового стану підприємства	209
Нестерик А.Ю. (Керівн. Нестеренко О.О.) Функції прибутку в бізнес-моделі підприємства	211

Остапенко В.Д. (Керівн. Лисак Г.Г.) Принципи антикризової стратегії підприємства	213
Пилипенко М.С. (Керівн. Андрющенко І.С.) Особливості фінансового моніторингу в Україні	214
Попов В.П. (Керівн. Ставерська Т.О.) Основні методи оптимізації структури капіталу підприємства та фактори їх визначення	216
Романашенко М.О. (Керівн. Крутько М.А.) Важливість розвитку інноваційно-інвестиційних процесів в Україні	219
Руденко П.С., Мошніна К.С. (Керівн. Малій О.Г.) Перспективи розвитку криптовалют	220
Савченко Б.М. (Керівн. Морозова Г.С.) Становлення та розвиток валютного ринку в Україні	222
Сизонова Т.Р., Пікалов О.О. (Керівн. Малій О.Г.) Особливості оцінювання кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств	224
Скидан В.Л. (Керівн. Міщенко В.С.) Удосконалення системи пенсійного страхування	226
Слепцова Ю.А., Царевський М.В., Дубина В.В. (Керівн. Велісва В.О.) Фінансово-кредитні відносини в агропромисловому виробництві	228
Слепцова Ю.А. (Керівн. Морозова Г.С.) Фінансові посередники та їх роль на фінансовому ринку	230
Ставерський В.Д. (Керівн. Лачкова В.М.) Формування мети управління фінансовою безпекою підприємства	232
Стренадко В.Р., Заїка С.С. (Керівн. Малій О.Г.) Аналіз змін і тенденцій у банківській системі України та їх вплив на економічні процеси	234
Тур К.Г. (Керівн. Лисак Г.Г.) До питання класифікації фінансових ризиків	236

Удовенко М.В. (Керівн. Морозова Г.С.) Діяльність інститутів спільного інвестування на фінансовому ринку	238
Хитрик Я.О. (Керівн. Морозова Г.С.) Сутність та розвиток страхових компаній в Україні	240
Царевський М.В. (Керівн. Морозова Г.С.) Проблема механізму функціонування валютного ринку в Україні	242
Шаповалова А.В. (Керівн. Шарко І.О.) Методи державного регулювання інноваційної діяльності	244
Секція 5 СВІТОВІ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ	
Фоміна О.В. (Керівн. Удовенко І.В., Подворна Л.А.) Innovation management	246
Біловол К.А. (Керівн. Носач Л.Л.) Управління як складний комунікаційний процес	248
Бордаєв В. (Керівн. Проскурніна Н.В.) Теоретико-методологічні основи конкурентоспроможності підприємства	250
Дзеніс В.О., Дзеніс О.О. Сучасні погляди до управління підприємством	252
Земляна Л.С. (Керівн. Нагась В.М.) Економічний механізм управління кадровим потенціалом аграрного формування	254
Золотарьов І.В. (Керівн. Жилиякова О.В.) Впровадження інновацій в умовах ризику та невизначеності	256
Золочевська Х.В. (Керівн. Ткачова С.С.) Стратегії розвитку корпоративної мережі ресторанів «McDonald's»	258
Гльїн О.А. (Керівн. Нагась В.М.) Основні тенденції розвитку електронного урядування в Україні в сучасних умовах	260
Кравченко К.О. (Керівн. Бестужева С.В.) Роль корпоративної культури в управлінні персоналом міжнародної компанії	262

Кругла О.Ю. (Керівн. Велієва В.О.) Історія розвитку фермерства	264
Нежид Ю.С. (Керівн. Василішин С.І.) Гідна оплата праці як складова організаційно-економічного механізму регулювання зайнятості в аграрному секторі економіки	266
Нечепуренко Д.О. (Керівн. Блезнюк О.В.) Визначення параметрів технічного стану елементів системи впуску двигуна у розрізі системи менеджменту	268
Павленко Е. А. (Керівн. Проскурніна Н.В.) Корпоративна культура організації: сутнісний зміст та функції	270
Ракитська А.Р. (Керівн. Козуб В.О.) Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства	272
Ренкус Є.О. (Керівн. Нагасв В.М.) Удосконалення організації управлінської праці в сільськогосподарському підприємстві	274
Ровенський Д.В. (Керівн. Бестужева С.В.) Проблеми теоретичного дослідження цінової стратегії підприємства у сфері міжнародного бізнесу	276
Русалов К.Ю. (Керівн. Бестужева С.В.) Теоретичні аспекти формування товарної стратегії підприємства у сфері міжнародного бізнесу	278
Сидоренко О.В. (Керівн. Ткачова С.С.) Операційна стратегія підприємства: зміст та особливості розробки	280
Скидан В.Л. (Керівн. Велієва В.О.) Підвищення конкурентоспроможності підприємств	282
Татарнікова П.О. (Керівн. Нагасв В.М.) Механізми прийняття рішень з управління організаційними конфліктами	284
Тимошенко Т.В. (Керівн. Носач Л.Л.) Умови формування довгострокових стратегій соціально-економічного розвитку країни	286

Секція 6 МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Kuzina V. Indicators of the feasibility of producing barley for brewing use in Ukraine	288
Агафонов Р.О. (Керівн. Муравйова О.М., Крупей М.І.) Advertising in the system of integrated marketing communication methods	290
Бабко Н.М. Управління брендом	292
Василенко С.О. (Керівн. Прядко О.М.) Цифрова трансформація на ринку B2B	294
Дмитренко А.А. (Керівн. Квятко Т.М.) Особливості розвитку маркетингу в агровиробництві	296
Кучер Є.С. (Керівн. Бабко Н.М.) Social media як інструмент просування туристичної компанії	297
Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М. Роль маркетингових досліджень у стратегічному менеджменті аграрних підприємств	299
Посохова С.В. (Керівн. Афанасьєва О.П.) SMM стратегії закладів ресторанного бізнесу Харкова	301
Романюк І.А., Улітіна К.І. Використання маркетингових технологій підприємствами для забезпечення їх конкурентоспроможності	303
Сосновський О.Д. (Керівн. Бабко Н.М.) Медіапланування як складова PR-діяльності компанії	305
Толмачова А.О. (Керівн. Бабко Н.М.) Особливості сучасних маркетингових комунікацій	307
Чміль Г.Л. Inbound marketing: теоретичний базис	309
Чміль Г.Л., Шевченко К.В. Рекламна кампанія як інструмент модифікації поведінки покупців	311
Шаповалов Д.О. (Керівн. Бубенець І.Г.) Сучасні концепції маркетингового управління підприємницькою діяльністю	314

**Секція 7 СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ
ТА ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ
І ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Баглай А.О., Пікуль Н.В. (Керівн. Прокопишин О.С.) Спеціальні економічні зони в Україні: специфіка розвитку	317
Буяльська В.М. (Керівн. Марценюк О.В.) Поняття та еволюція світової валютної системи	319
Голікова Є.К. (Керівн. Величко К.Ю.) Аутсорсинг як форма реалізації міжнародного бізнесу в умовах глобалізації	321
Гуменюк Д.М. (Керівн. Гуменюк І.М.) Проблеми та перспективи глобалізації міжнародних економічних відносин	323
Железняк А.О. (Керівн. Ярова В.В.) Аналіз структурних зрушень зайнятості населення за видами економічної діяльності	325
Кемза Р.Г. (Керівн. Макогон В.В.) Митні інтереси держави та джерела митної небезпеки	327
Клименко Д.М. (Керівн. Макогон В.В.) Теоретичні підходи до управління ризиками у системі забезпечення митної безпеки держави	329
Кононов І.І. (Керівн. Нестеренко О.О.) Вибір методу трансфертного ціноутворення в обліковій системі	331
Кривенко В. М. (Керівн. Вдовенко Л.О.) Поглиблення інтеграційних процесів у банківській сфері	333
Крутько М.А. Організаційно-правові та матеріально-фінансові засади функціонування місцевого самоврядування в Україні	336
Кушка П.А. (Керівн. Яців І.Б.) Сутність та прояви соціальної відповідальності сільсько-господарських підприємств	338
Мединська Т.В., Проказюк М.Ю. Офшорні зони як безподаткові гавані для ведення бізнесу	340

Осіпчук Т. С. (Керівн. Антощенкова В.В.) Структурні компоненти економічного потенціалу підприємства	343
Панфілова Я.А. (Керівн. Ставерська Т.О.) Позиціонування України в Глобальному рейтингу інновацій – 2020	345
Посохова С.В. (Керівн. Жегус О.В.) Сучасні тренди SMM-маркетингу	347
Руденко П.С., Боженко В.С., Мошніна К.С. (Керівн Руденко С.В.) Бюро економічної безпеки: значення інституції для розвитку фінансової системи України	349
Савченко Б.М. (Керівн. Скоромна О.Ю.) Сучасний стан та перспективи розвитку криптовалют	352
Ван Сюй (Керівн. Проскурніна Н.В.) Тенденції розвитку українсько-китайських торговельно-економічних відносин	354
Тимошенко А.В. (Керівн. Величко К.Ю.) Проблеми та перспективи малого бізнесу в Україні в умовах впливу пандемії COVID-19	356
Шигимага С.Д. (Керівн. Антощенкова В.В.) Основні ризики розвитку галузі тваринництва України в умовах глобалізації	358
Шигимага С.Д. (Керівн. Крутько М.А.) Перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування	360
Яцина Є.Ю. (Керівн. Ярова В.В.) Проблеми розвитку ринку праці Харківської області	362

Наукове електронне видання
комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ
В ГАЛУЗІ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ:
ІНІЦІАТИВИ МОЛОДІ**

**Матеріали III Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції
здобувачів вищої освіти і молодих учених**

22 жовтня 2021 р.

Видано в авторській редакції

Відповідальні за випуск: Т.О. Ставерська,
Н.Б. Кащена,
О.В. Жиликова
Комп'ютерна верстка: Т.О. Ставерська,
О.В. Жиликова

Підп. до друку 22.10.2021 р. Об'єм даних 3,3 Мб.

Державний біотехнологічний університет
Вул. Алчевських, 44, Харків, 61002