

**Міністерство освіти і науки України
Державний біотехнологічний університет**

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

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

20 жовтня 2023 року

**ХАРКІВ
2023**

Міністерство освіти і науки України
Державний біотехнологічний університет
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
Національний авіаційний університет
Національний університет «Львівська політехніка»
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Львівський торговельно-економічний університет
ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян»
Коледж ділового адміністрування Королівського університету (Королівство Бахрейн)
Міжнародна Академія Прикладних Наук у Ломжі (Республіка Польща)
Вентспілський університет прикладних наук (Латвійська Республіка)
Університет менеджменту безпеки у Кошице (Словацька Республіка)
Клайпедський університет прикладних наук (Литовська Республіка)
Університет Марії Кюрі-Склодовської (Республіка Польща)
Сілезька Академія (Республіка Польща)
Міжнародний університет Daffodil (Народна Республіка Бангладеш)
Варшавський університет природничих наук (SGGW) (Республіка Польща)



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

**Матеріали V Міжнародної
науково-практичної інтернет-конференції здобувачів вищої освіти
і молодих учених
20 жовтня 2023 р.**

Харків
ДБТУ
2023

Організаційний комітет:

Голова комітету: *В.М. Михайлов*, д-р техн. наук, проф.

Заступники голови: *М.Л. Серік*, канд. техн. наук, доц.; *Т.Ф. Ларіна*, д-р екон. наук, проф.; *Н.Б. Кащана*, д-р екон. наук, проф.; *Т.О. Ставерська*, канд. екон. наук., доц.


Члени оргкомітету: *Абдельрахман Ахмед Міро*, Ph.D з управління/фінанси та банківська справа, доц.; *О.В. Батюк*, д-р юр. наук, доц.; *М.Г. Безпарточний*, д-р екон. наук, проф.; *А. Борусевич*, д-р габілітований, інженер; *І. Бритченко*, канд. екон. наук, проф.; *В.А. Гросул*, д-р екон. наук, проф.; *М. Живітере*, д-р екон. наук, проф., академік; *Р. Кіндіріс*, д-р наук з управління, проф.; *Г.М. Коптева*, д-р екон. наук, проф.; *І.І. Костецька*, канд. екон. наук, доц.; *О.А. Круглова*, канд. екон. наук, проф.; *О.В. Мандич*, д-р екон. наук, проф.; *Т.В. Мединська*, канд. екон. наук, доц.; *О.О. Нестеренко*, д-р екон. наук, проф.; *О. Несторенко*, Ph.D., доц.; *В.С. Ніценко*, д-р екон. наук, проф.; *Нурул Мохаммад Зайд*, Ph.D в галузі менеджменту; *Р.М. Остапенко*, канд. екон. наук, доц.; *Я. Скурладскі*, д-р наук, проф.; *О.В. Чумак*, д-р екон. наук, доц.; *Т.В. Шталь*, д-р екон. наук, проф.; *В.П. Яковлева*.

Конференцію включено до Переліку міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій здобувачів вищої освіти і молодих учених у 2023 році згідно листа ІМЗО МОН України від 10.01.2023 № 21/08-9 «Про Перелік міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій здобувачів вищої освіти і молодих учених»

А 43 **Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді** [Електронний ресурс] : матеріали V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. з доб. вищ. освіти і мол. учених, 20 жовтня 2023 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2023. – 507 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://btu.kharkov.ua/nauka/konferentsiyi/>

Збірник містить матеріали конференції, у яких розглядаються проблемні аспекти методології і 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 сучасних викликів і загроз, глобальної цифрової трансформації та євроінтеграції.

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



Секція 1
РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ:
ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЇ І ЦИФРОВІ РІШЕННЯ

INTEGRATION PROSPECTS OF UKRAINE TO THE EU

Fadieiev D.V., bachelor's degree holder
Scientific supervisor - DSc of Economics, prof. **Н.М. Коптієва**
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

Modern Ukraine is facing an important challenge - integration into the world community and, in particular, into the European Union. This process is a key point for the country, including its development, economic structure and social aspects. In this work, we will understand what are the main aspects of the processes that Ukraine should face on the path to internationalization and globalization. This process is not fast, it is not cheap and requires the efforts of every Ukrainian, but we can now choose the main directions and goals towards which Ukraine and the Ukrainian people are moving. Firstly, Ukraine is joining the European Union and NATO. Ukraine has already done much to promote this integration, including a successful search for leverage and a confident approach to negotiating with allies. On the other hand, Ukraine is not the most trustworthy country with a lot of problems slowing down the process of integration into Western organizations. We need to carry out a large number of reforms in our country [1; 2]. These aspects include: trade integration, economic reforms, investment attraction, education development, infrastructure development, legal and regulatory frameworks, cultural and societal adaptation, sustainability and environmental responsibility, modifying healthcare and preparing the base against future pandemics. Analyzing each point is an extremely complex and voluminous task, but we will try to discuss the main points on which Ukraine needs to work on its mistakes.

Let's start from economic reforms. This includes a large number of sub-items, such as: fiscal and budgetary reforms, which involve introducing budget discipline, improving the tax collection system and reducing subsidies for energy and utilities. The second stage is monetary and exchange rate policy, that is, maintaining a stable and predictable exchange rate, which helps attract foreign investment, as well as the introduction of new schemes to control inflation. Also, important branches of economic policy that should be paid attention to are the promotion of trade and investment, which is created by simplifying trade procedures, reducing trade barriers, simplifying customs procedures, and developing special economic zones to attract foreign businesses. Equally important is infrastructure development, including critical

infrastructure such as transport and energy. But all these reforms make no sense without a total fight against corruption, which is at a fairly high level compared to its European and North American partners.

The second most important part of integration processes is Legal and regulatory frameworks. This stage gives legal meaning to all government actions in carrying out other reforms. To describe everything in more detail, Ukraine should simplify business registration procedures and reduce bureaucratic barriers to opening and running a business, as well as introduce clear and effective corporate governance rules to protect the rights of shareholders. Strengthening property rights, monitoring compliance with contracts, and developing intellectual property rights, which include patents, copyrights and trademarks to protect the rights of creators, are required. It is also worth pursuing an antitrust policy and establishing specific laws on competition in the market, which will not allow one company to independently inflate prices for its products, and thereby not ruin people. The Tax Code, along with economic reforms, can also be modernized. Last but not least, this is data protection and confidentiality, which implies the creation of an authority to protect and ensure the security of personal data.

Ukraine is not the first country to face such a difficult issue. Many other European countries have already carried out similar reforms. An excellent example is Poland, whose tough approach helped the country quickly move from a planned, corrupt model to a more liberalized system open to innovation and integration into the EU, as well as Estonia, whose liberalization and digitalization paved the country's path to the EU and NATO.

In conclusion, it is worth noting that all these processes, as well as many others that were not named in this work, should be carried out gradually and adapted to the specific conditions that arise on the way to a prosperous future of Ukraine. It is important that every person living in Ukraine and every company, both local and international, are involved in the process of reconstruction of the Ukrainian economy, as well as the processes of integration into the international community and organizations such as the EU.

References

1. Fadieiev D.V., Koptieva H.M. Ukrainian-polish cooperation in the conditions of war. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 30-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2023, Харків : НТУ "ХПІ", 2023. С. 634.
2. Фадєєв Д.В., Коптева Г.М. Вектори сталого розвитку України. IV Міжн. наук.-практ. інтернет-конф. «Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід», Харків: ДБТУ, 19 травня 2023 року. С. 51-53.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Адамян В.Я., аспірант
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**
Державний біотехнологічний університет

Протягом останніх десятиліть соціально-економічний розвиток в багатьох країнах світу характеризується посиленням негативних впливів діяльності підприємств на екологію та суспільство.

Для вирішення цієї проблеми уряди країн та міжнародні організації об'єднали свої зусилля і визначили пріоритети сталого розвитку, яких мають дотримуватися підприємства, проваджуючи господарську діяльність.

Переорієнтація підприємств на досягнення цілей сталого розвитку вимагає здійснення капіталоемних інвестиційних проєктів, що потребує залучення значних обсягів фінансових ресурсів з різних джерел та забезпечення їх ефективного використання. Тому, в сучасних умовах особливої актуальності набуває завдання формування фінансового забезпечення підприємств на засадах сталого розвитку.

Відповідно до Указу Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» від 30.09.2019 р. № 722/2019 орієнтирами для визначення пріоритетних напрямів і цільових показників у стратегічному плануванні розвитку на всіх рівнях є система глобальних Цілей сталого розвитку до 2030 року.

Підґрунтям реалізації проєктів сталого розвитку підприємств є систематичне фінансування, що потребує мобілізації фінансових ресурсів широкого кола зацікавлених груп стейкхолдерів, використання спеціалізованих фінансових моделей, інструментів і методів інвестування. Під фінансуванням сталого розвитку підприємства будемо розуміти діяльність підприємства, фінансових установ, держави та інших стейкхолдерів на засадах співробітництва і партнерства, яка пов'язана із забезпеченням фінансовими ресурсами потреб підприємства щодо реалізації його стратегії та досягнення цілей сталого розвитку в економічній, екологічній та соціальній сферах.

Окрім цього, очевидним є той факт, що економічне зростання виснажує ресурси з таким темпом, який не може бути збережений, а економічна складова та її фінансове забезпечення в умовах відволікання ресурсів з виробничої сфери, екологічної та соціальної, не виконують своїх функцій щодо забезпечення сталого розвитку.

Оскільки сталий розвиток економіки виступає у вигляді цільового орієнтира нашого дослідження, а факт тісного зв'язку між економікою та фінансовою системою є загальновідомим, необхідним є аналіз особливостей фінансового забезпечення концепції сталого розвитку.

Базисним для економіки сталого розвитку є не ресурсний, споживчий підхід, а більш широкий підхід взаємодії різних видів капіталу у які втілені ці ресурси, спрямованих не лише на підтримання процесу «виробництво-споживання», але й відтворення самих видів капіталу. При цьому види капітали узгоджуються зі складовими концепції сталого розвитку: людському капіталу відповідає соціальна складова, екологічному – екологічна і базисом економічної складової виступає виробничий капітал. Що ж стосується фінансового капіталу, то він є обслуговуючим по відношенню до останніх. Безперервність функціонування економіки забезпечується через механізми інвестування: фінансовий капітал в економіці сталого розвитку є важливим джерелом відтворення та поповнення інших видів капіталу.

Варто відмітити, що існує три рівні фінансування сталого розвитку: місцевий, регіональний і національний. Також можна виокремити четвертий рівень – міжнародний, який пов'язаний з фінансуванням країн, що розвиваються.

Крім того, вітчизняній практиці господарювання найбільшого поширення набули такі форми фінансування процесів функціонування і розвитку підприємств, як:

- самофінансування – система господарювання, за якої всі витрати як на просте, так і на розширене відтворення підприємства забезпечуються ним із власних джерел, без залучення коштів державного бюджету. За такої системи фінансування проєктів сталого розвитку здійснюється за рахунок прибутку підприємства без залучення бюджетних асигнувань та інших зовнішніх фінансових ресурсів.

- кредитування – надання суб'єктові господарювання банківських кредитів на засадах платності, строковості й повернення. На сьогодні в Україні активізація банківського кредитування сталого розвитку підприємств, зокрема ініціатив «зеленого» курсу, є одним із пріоритетів грошово-кредитної політики. Тому кредитування, що здійснюється в рамках спільних програм вітчизняних банків і міжнародних організацій, є перспективною формою фінансування сталого розвитку підприємств.

- бюджетне фінансування – форма централізованого виділення з державного бюджету фінансових ресурсів у вигляді безповоротного, безоплатного надання коштів, інвестицій на розвиток економіки,

соціально-культурні заходи, оборону та інші громадські потреби. З огляду на високе суспільне значення проєктів сталого розвитку, дуже великі потреби у їх фінансуванні та низьку «привабливість» очікуваних прибутків від інвестицій у них, великого значення набувають питання державної підтримки фінансового забезпечення сталого розвитку. Оскільки цілі сталого розвитку віднесено до національних пріоритетів України, тому заходи щодо їх досягнення будуть стимулюватися і підтримуватися в рамках державних стратегій і політик.

Проаналізувавши особливості фінансування сталого розвитку економіки на означених рівнях слід навести перелік проблем, що виникають при здійсненні фінансування:

- виходячи зі зростання норми рентабельності у фінансовому секторі відстає відплив інвестицій з реального сектора, портфельні інвестиції переважають над прямими;

- переважання короткострокового фінансування над довгостроковим негативно впливає на економічну безпеку суб'єктів господарювання і державних утворень;

- негативний вплив фінансових криз постійно посилюється, а процес подолання наслідків фінансових криз унеможлиблює збільшення обсягів фінансування програм сталого розвитку економіки.

Таким чином, вибір людством концепції сталого розвитку в якості основоположної стратегії розвитку у XXI ст. обумовлює необхідність не лише розуміння механізмів сталого розвитку, але й впливу фінансових та економічних процесів на нього. Визначаючи сталий розвиток як управління сукупним капіталом суспільства в інтересах збереження та примноження людських можливостей в межах економічної, екологічної та соціальної стійкості, ми вважаємо, що важливим є означення місця інвестування у економіці сталого розвитку. Проведені дослідження довели, що через механізми інвестування забезпечується безперервність функціонування економіки, а фінансовий капітал в економіці сталого розвитку є важливим джерелом відтворення та поповнення інших видів капіталу.

Інформаційні джерела

1. Ільчук В. П., Шпомер Т. О. Фінансове забезпечення сталого розвитку підприємств реального сектора економіки. Проблеми економіки. 2018. № 2. С. 310–316.

ПРОЄКТ ВПРОВАДЖЕННЯ Е-ГРИВНІ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

Андрущенко Н.В., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**
Державний біотехнологічний університет

В сучасному цифровому віці, коли технологічні досягнення перетворюють усі сфери життя, фінансовий сектор не може залишитися осторонь від динамічних змін. В Україні розгортається ініціатива, яка об'єднує перетворити фінансову систему країни та змінити спосіб, яким ми сприймаємо та використовуємо гроші. Ця ініціатива - впровадження електронної національної валюти, або е-гривні. Метою даної публікації є вивчення процесу впровадження е-гривні в Україні та її потенційного впливу на розвиток економіки країни. У цьому контексті, в першу чергу розглянемо що таке цифрова валюта та її аспекти.

Цифрові валюти центрального банку (CBDC) — це форма цифрової валюти, що випускається центральним банком країни, їх вартість фіксується центральним банком і еквівалентна фіатній валюті країни. 111 країн, що становлять 95% світового ВВП, досліджують цифрову валюту. В цьому списку знаходиться і Україна. На сьогодні вже 11 країн повністю запустили CBDC. Очікується, що до кінця 2023 року ще понад 20 країн зроблять значні кроки щодо пілотування CBDC, включаючи Австралію, Таїланд, Бразилію, Індію та Південну Корею [1].

Основною ідеєю цифрових валют у світі є те, що розширення доступу до фінансових послуг може знизити рівень бідності та прискорити економічне зростання. Державні інвестиції в інноваційну інфраструктуру державних платежів, включаючи цифрові валюти центральних банків, можуть сприяти підвищенню фінансової доступності шляхом зниження бар'єрів для фінансового доступу та створення нових шляхів висхідної мобільності. Актуальність цифрових валют розширяється ще і наступними факторами: цифрова трансформація, фінансова включеність, міжнародні платежі, боротьба з корупцією, стимулювання інновацій, спрощення бюджетних операцій.

З точки зору експертів: "Розробка та впровадження е-гривні може стати наступним кроком еволюції платіжної інфраструктури України, сприятиме цифровізації економіки, подальшому поширенню безготівкових розрахунків, зменшенню їх вартості, зростанню рівня їх

прозорості і підвищенню довіри до національної валюти загалом. Це може позитивно вплинути на забезпечення економічної безпеки та посилення монетарного суверенітету держави, посилить спроможність Національного банку підтримувати цінову та фінансову стабільність як запоруку стійкого економічного зростання", – зазначав заступник Голови Національного банку Олексій Шабан.[2]

Водночас упровадження ЦВЦБ потребуватиме значних інвестицій на створення та розвиток в Україні відповідної роздрібно-платіжної інфраструктури, включаючи інтеграцію з наявною в країні інфраструктурою. Передувати цьому має створення бізнес-моделі, що враховуватиме інтереси всіх учасників: фізичних осіб, торговців, агентів із розповсюдження та розрахунків, банків тощо та стимулюватиме до розвитку і використання запропонованого ринку інноваційного інструменту.

Починаючи з 2016 року, Національний банк України, одними з перших у світі, розпочав та до цього часу продовжує наполегливу працю над створенням е-гривні. У 2018 році було проведено пілотний проект з випуску е-гривні для роздрібних платежів на платформі блокчейн[3], що допомогло регулятору в дослідженні цієї технології та її особливостей. Після пілоту у 2021 році регулятор провів опитування експертів фінринку щодо можливості та перспектив запровадження е-гривні. Своїми думками поділилися близько 100 експертів з різнопрофільним досвідом: роздрібний бізнес, інновації, корпоративний бізнес, фінансові ринки, віртуальні активи та ін. За результатами опитування Національний банк виділив три найбільш перспективні варіанти використання CBDC:

1. Е-гривня для роздрібних безготівкових платежів із можливим функціоналом "програмованих" грошей та можливістю здійснення цільових соціальних виплат.

2. Е-гривня для здійснення операцій у сфері, пов'язаній з обігом віртуальних активів. Наприклад, для обміну, забезпечення випуску та інших операцій з віртуальними активами.

3. Е-гривня для транскордонних платежів.

Ухвалений у 2021 році та введений в дію 1 серпня 2022 року закон "Про платіжні послуги", запровадив рамкове регулювання CBDC та ввів до українського законодавства поняття "цифрові гроші Національного банку України" як електронну форму грошової одиниці України, емітентом якої є НБУ.

Цифрові гроші НБУ є законним платіжним засобом на території України, приймаються фізичними та юридичними особами для проведення платіжних операцій і розрахунків у передбачених

випадках. Подальше впровадження концепції цифрових грошей має розробити Національний банк.[4]

Не дивлячись на воєнний стан у 2022 році Національний банк представив проєкт концепції е-гривні учасникам платіжного ринку, ринку віртуальних активів та представникам державних органів. Мова йде про:

- можливі варіанти використання е-гривні,
- можливий дизайн,
- модель архітектури е-гривні тощо[5].

В тому ж році УКРПАТЕНТ зареєстрував торговельну марку "е-гривня" та "e-hryvnia". Права належать регулятору.

Роблячи висновки можемо з впевненістю сказати, що впровадження е-гривні в Україні має потенціал стати важливим кроком у розвитку економіки країни. Створення державної цифрової валюти може надати ряд переваг як в економічному, так і в соціальному секторі держави, а саме: зробити фінансові послуги доступнішими та ефективнішими; дозволити доступ до фінансових послуг для тих, хто раніше був відокремлений від банківської системи; може спростити міжнародні платежі та знизити їх витрати, що сприятиме розвитку зовнішньої торгівлі та інвестицій; зменшити можливість для корупції та незаконних фінансових операцій, що сприяє створенню більш прозорої та довіреної фінансової системи; може стимулювати розвиток фінтех-індустрії та нових фінансових технологій в Україні, що сприяє економічному зростанню та конкурентоспроможності; державний бюджет та фінансова адміністрація можуть скористатися ефективністю електронної валюти для здійснення бюджетних операцій та моніторингу фінансів. Маємо надію, що позитивні зміни вже не за горами.

Інформаційні джерела

1. Атлантична рада (2023), система відстеження цифрових валют Центрального банку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.atlanticcouncil.org/cbdctracker/>

2. Аналітична записка НБУ - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/files/pXFPBARsHQjfnAV>

3. <https://promo.bank.gov.ua/euah/>

4. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text>

5. https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Draft_vision_introducing_e-hryvnia_2023.pdf

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Білоусько Р.С., здоб. PhD

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

Галузь рослинництва займає провідне місце в аграрному секторі України. В динаміці за роками питома вага рослинницької продукції в структурі продукції сільського господарства перевищує 75%. Тенденція зростання простежувалася до 2021 р., коли цей показник дорівнював 81,4%, а в 2022 р. ми відмічаємо зниження до 78,2% [1].

Серед продукції рослинництва пріоритетне місце займає зерно та насіння соняшнику. Саме виробництво цих видів продукції приносить найбільші доходи як агровиробникам, так й країні. Експорт продукції сільського господарства та продуктів харчування забезпечив надходження в 2022 р. 23,6 млрд дол США валютної виручки, що в структурі експорту складало 53% [2].

Україна стала лідером на ринку соняшникової олії (із часткою понад 45%) та третьою у світі за виробництвом кукурудзи, ячменя та рапу. Потрібно відмітити, що широкомасштабне вторгнення унеможливило здійснення господарської діяльності на більшій частині південних та східних регіонах країни. Найбільше площ посівів зменшено у Харківській, Донецькій, Луганській, Херсонській та Запорізькій областях. Попри це прогнозований врожай зернових в Україні на 2023 р. перевищує показник 2022 р. – майже 59 млн т проти 53,9 млн т в 2022 р. [2].

Такий результат пояснюють сприятливими погодними умовами. Дійсно, погодні умови є вкрай значним фактором впливу, але іншим, не менш важливим ми вважаємо технології.

Сьогодні достатньо багато пишуть про необхідність запровадження інноваційних технологій в сільському господарстві в цілому, та в галузі рослинництва зокрема. Підтримуємо цю думку. Вивчаючи досвід країн із розвинутою економікою, ми констатуємо факт все більш активного застосування цифрових технологій в процесі виробництва аграрної продукції.

Цікавим є значні можливості, які надають ці технології та їх потенційне значення для розвитку аграрного сектору України в майбутньому. Адже після завершення військового конфлікту нагальним буде питання відновлення високоінтенсивного аграрного виробництва, підвищення продуктивності праці, виробництво

високоякісної, конкурентоспроможної продукції. І саме цифровізація агропромислового комплексу стане першочерговим проектом національного рівня [3].

Поки що впровадження передових цифрових технологій гальмується нестачею фінансування та кваліфікованих кадрів. В цілому, впровадження передових цифрових технологій в агропромисловий комплекс матиме три пріоритетні напрямки:

- Системність використання ресурсів;
- Використання цифрової техніки;
- Запровадження цифрового аграрного менеджменту.

Протягом сезону сільськогосподарському аграріям доводиться приймати низку важливих рішень: яке насіння і коли садити, як їх обробляти, чим лікувати хвору рослину та інші. Нестача інформації для прийняття рішень призводить до того, що в процесі посіву, догляду за посівами та збору втрачається до 25-40% урожаю. Все це сьогодні можна контролювати за допомогою автоматизованих систем управління.

Тому популярності набирають такі цифрові технології:

- моніторинг стану сільськогосподарських культур;
- моніторинг та прогнозування врожайності;
- виявлення хвороб, виявлення шкідників;
- моніторинг ґрунтів;
- програмні платформи для управління підприємством [4].

Цифрові технології дозволять аграрним товаровиробникам застосовувати оптимальні обсяги ресурсів, отримувати більш високі обсяги продукції при мінімальних витратах на одиницю виробленої продукції. Все це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності аграрного сектору та економіки України і цілому.

Інформаційні джерела

1. Сільське господарство України-2022: збірник. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25.09.2023)

2. Експорт України у 2022 році: головні тенденції, сектори та регіони. URL: https://export.gov.ua/news/4570eksport_ukraini_u_2022_rotsi_golovni_tendentsii_sektori_ta_reghioni (дата звернення 6.10.2023)

3. UKRAINE Impact of the war on agricultural enterprises. URL: <https://www.fao.org/documents/card/en/c/cc5755en> (дата звернення 8.10.2023)

4. Digital technologies in the grain sector of Ukraine. URL: <https://www.fao.org/3/cc1600en/cc1600en.pdf> (дата звернення 8.10.2023)

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Білоусько Т.Ю., канд. екон. наук, доц.,
доцент кафедри економіки та бізнесу
Державний біотехнологічний університет

Цифровізація сільського господарства охоплює різні рівні та процеси виробництва, управління, реалізації продукції. Вона включає запровадження технологій робототехніки, моніторинг виробничих процесів, процесів зберігання та доробки продукції, аналіз великих даних, використання штучного інтелекту, електронну комерцію. Рішення, прийняті за допомогою цифрових технологій (програми, платформи) допомагають покращити якість посівів, продуктивність рослин та тварин, знизити втрати, скоротити нецільове використання матеріальних засобів. Також впровадження цифрових продуктів дозволяє збільшити прозорість бізнесу та забезпечити оперативність ухвалення управлінських рішень.

Але ми вважаємо актуальним розглянути питання потенційних можливостей запровадження цифрових технологій після завершення військового конфлікту з метою найшвидшого відновлення аграрного сектору країни.

Вже сьогодні ми констатуємо, що війна завдала шкоди сільському господарству та виробництву продуктів харчування в Україні, порушила виробничо-збутові зв'язки, знизила експортний потенціал, призвела до збільшення виробничих витрат та зменшення прибутковості аграрних підприємств.

Так рівень рентабельності всієї операційної діяльності аграрних підприємств знизився в 2022 р. до 14,1% проти 37,8% у 2021 р. При цьому питома вага підприємств, що отримали прибуток зменшилась за рік з 89 до 79%, а підприємств, що отримали збиток, відповідно, збільшилася – з 11 до 21%. В структурі валової доданої вартості питома вага сільського, лісового та рибного господарства також знизилася з 12,7 до 9,3% [1].

Внаслідок активних бойових дій, окупації, замінування із сільськогосподарського обігу було виведено більш ніж 4,9 млн га посівних площ.

Згідно з опублікованою в лютому 2023 р. «Швидкою оцінкою збитків та потреб» [2], виробництво зернових та олійних культур в Україні скоротилося у 2022 р. на 37%. Майже 90% дрібних виробників аграрної продукції повідомили про зниження доходів внаслідок війни, і кожен четвертий повідомив про припинення або значне скорочення своєї діяльності.

Значною допомогою в подоланні негативних наслідків війни для сільського господарства та розвитку сільських територій є міжнародні програми, які враховують значний накопичений досвід. Однією з таких програм є спільна програма Продовольчої та сільськогосподарської організації Об'єднаних Націй (FAO), Всесвітньої продовольчої програми (WFP UN) та організації з протимінної діяльності «Швейцарській фонд з розмінування» (FSD) з надання підтримки дрібним фермерам та сім'ям, що проживають у сільській місцевості, найбільш постраждалим від війни. Реалізація програми вже розпочалась у Харківській області [3].

Ця програма широко використовує цифрові технології. Так, спочатку спеціалісти визначають за допомогою супутникових зображень межі земель, що потребують розмінування. На другому етапі буде здійснено зачистку земель від мін та інших вибухонебезпечних предметів. На третьому етапі буде проведено випробування ґрунту для оцінки його забруднення речовинами, що залишилися після розриву боєприпасів. Перший та третій етапи буде здійснено за допомогою цифрових платформ та програм. Водночас спеціалісти цих організацій проведуть опитування дрібних фермерів та сільських сімей з метою з'ясувати, які фактори виробництва та ресурси необхідні їм для відновлення сільськогосподарського виробництва. Великі масиви інформації також будуть опрацьовані із допомогою Big Data.

Вважаємо, що ці програми допомоги та підтримки аграріїв України наочно демонструють можливості цифрових технологій і відновленні аграрного сектору України у повоєнний час.

Інформаційні джерела

1. Сільське господарство України-2022: збірник. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.09.2023)

2. Rapid Damage and Needs Assessment. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099184503212328877/pdf/P1801740d1177f03c0ab180057556615497.pdf> (дата звернення 6.10.2023)

3. Ukraine: FAO and WFP join forces to clear agricultural land from remnants of the war and help farmers resume production. URL: <https://www.fao.org/newsroom/detail/ukraine--fao-and-wfp-join-forces-to-clear-agricultural-land-from-remnants-of-the-war-and-help-farmers-resume-production/en> (дата звернення 8.10.2023)

ГАЛУЗЬ ТВАРИННИЦТВА ЯК СКЛАДОВА ПРОДОВОЛЬЧОЇ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: НАСЛІДКИ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Василюшин С.І., д-р екон. наук, доц.,
професор кафедри обліку, аудиту та оподаткування
Можелянська А.В., здобувач ОС «доктор філософії»
Державний біотехнологічний університет

Подолання голоду є глобальною ціллю 2 (Goal 2 ZERO HUNGER) і є одним із стратегічних орієнтирів щодо спільної координованої політики всіх країн світу до 2030 р. За оцінками ООН, 821 мільйон людей страждає від хронічного недоїдання, що часто є прямим наслідком погіршення навколишнього середовища, посухи та втрати біорізноманіття. Понад 90 мільйонів дітей віком до п'яти років мають небезпечну вагу [1]. Ця ситуація вивела продовольчу безпеку, поруч із військовою, економічною, соціальною та екологічною, в пріоритети міжнародних інституцій. Особливою складовою раціону населення є м'ясо, молоко та яйця, які забезпечують фізіологічні норми у споживанні протеїнів, які є незамінними для здорового розвитку організму людини.

Повномасштабна військова агресія російської федерації проти України нанесла вражаючі збитки національному агропромислому комплексу. За оцінками Київської школи економіки, станом на 10 листопада 2022 р., загальні прямі збитки внаслідок російської агресії склали 6,6 млрд. дол., серед яких найбільша частка припадає на сільськогосподарську техніку (43,5%), втрати продукції (28,3%) та руйнування складської інфраструктури (16,0%). Водночас, Україна отримали суттєві непрямі втрати, які оцінюються станом на 24 квітня 2023 року в 31,5 млрд. дол. [2].

Традиційними і найбільш розвиненими галузями тваринництва в Україні є молочне та м'ясне скотарство, свинарство, птахівництво, вівчарство, бджолярство. За даними Держстату України, обсяги виробництва м'яса у 2022 р. на 9,5% нижче рівня 2021 р., молока – на 10,9%, яєць – на 15,3%, вовни – на 17,4%, меду – на 8,0% (таблиця).

Основним фактором скорочення обсягів виробництва тваринницької продукції стало стрімке скорочення поголів'я та втрата продуктивності худоби внаслідок розривів логістичних ланцюгів постачання кормів, медикаментів, втрати робочої сили через вимушену міграцію, тимчасову окупацію суттєвої частки тваринницьких потужностей тощо.

Таблиця – Динаміка обсягів виробництва продукції тваринництва усіма категоріями господарств в Україні у 2000-2022 рр.

Роки	М'ясо (у забійній вазі), тис. т	Молоко, тис. т	Яйця, тис. Шт	Вовна, т	Мед, т
2000	1662,8	12657,9	8808,6	3400	52439
2005	1597	13714,4	13045,9	3195	71462
2010	2059	11248,5	17052,3	4192	70873
2015	2322,6	10615,4	16782,9	2270	63615
2020	2477,5	9263,6	16167,2	1573	68028
2021	2438,3	8713,9	14071,3	1497	68558
2022	2206,7	7767,7	11921,8	1237	63079
2022 у % до 2021	90,5	89,1	84,7	82,6	92,0

Джерело: розраховано за даними [3].

Найбільші втрати внаслідок війни від зменшення поголів'я – у виробництві молока та яєць. Вони становлять 254,2 млн дол. та 159,7 млн дол. відповідно. Збитки для іншої худоби та продуктів тваринництва внаслідок зменшення поголів'я, зокрема свиней, великої рогатої худоби, птиці, овець, кіз, бджолиного воску та меду склали 210,5 млн дол. Втрати внаслідок зменшення продуктивності худоби становлять 1,1 млрд дол. Надзвичайно велика кількість забитої, викраденої та постраждалої худоби будь-яким чином призвело до дефіциту деяких продуктів тваринного походження [2].

Тенденція щодо катастрофічного скорочення поголів'я триває вже 23 роки і лише посилилася внаслідок війни. Так, за даними Держстату, у 2022 р. в Україні нараховувалось 2307,1 тис. гол. ВРХ, що становить 24,5% рівня 2000 р. та 87,3% рівня 2021 р.; 4948,3 тис. гол свиней, що становить 64,7% рівня 2000 р. та 88,2% рівня 2021 р.; 941,4 тис. гол овець та кіз (що становить 50,2% рівня 2000 р. та 86,0% рівня 2021 р.) тощо [3].

Наслідком цих тенденцій стало скорочення обсягів споживання м'яса, молока та яєць населенням України, які також були недостатніми у порівнянні із провідними країнами світу. Основними причинами занепаду галузі стали низький рівень прибутковості виробництва через низькі закупівельні ціни на окремі види тваринницької продукції; зростання вартості кормів та диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію, що є сировиною для аграрного виробництва; недостатньо розвинена інфраструктура ринку молока та м'яса; агрохолдинізація агровиробництва тощо.

Розвиток аграрного виробництва тісно пов'язаний із соціальною та економічною безпекою як національної економіки, так і сільських територій. Успіх у вирішенні соціальних питань сільських мешканців тісно пов'язаний з розвитком саме тваринницької галузі, яка давно отримала статус «соціальної». По-перше, ця галузь гарантує споживачам доступ до високоякісних продуктів харчування та формує здорове населення, а з погляду держави – розширює можливості експорту продукції за кордон. По-друге, суспільний вплив функціонування галузі тваринництва проявляється в забезпеченні зайнятості сільського населення та забезпеченні їм стабільних доходів від праці. По-третє, рівень розвитку тваринництва визначає ефективність переробної промисловості.

Серед основних напрямів розвитку тваринницької галузі в умовах війни та післявоєнної відбудови: максимальне посилення державної підтримки вітчизняних виробників за рахунок внутрішніх ресурсів та донорів, особливо у деокупованих та найбільш постраждалих від війни регіонах; формування стійкої взаємодії держави, аграрного бізнесу, аграрної науки та освіти з метою впровадження інноваційних технологій вирощування худоби та тотальної модернізації тваринницьких потужностей.

Таким чином, тваринництво є невід'ємною складовою аграрного фронту України, який забезпечує як внутрішню, так і продовольчу безпеку низки країн світу. Розвиток галузі тваринництва має стати одним із головних драйверів національної аграрної політики з орієнтацією на кращі практики ЄС щодо розвитку фермерства, державної підтримки виробників органічної продукції, забезпечення населення якісним продовольством за принципом «від лану до столу». І, зрештою, галузь була і залишається одним із важливих складових соціально-економічної безпеки, визначаючи перспективи післявоєнної відбудови сільських територій та їх розвитку на засадах сталості та інклюзивності.

Інформаційні джерела

1. ЦСР у дії. Представництво ООН в Україні. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku> (дата звернення: 14.10.2023).

2. Огляд збитків та втрат в АПК. Київська школа економіки. URL: <https://kse.ua/ua/oglyad-zbitkiv-ta-vtrat-v-apk/> (дата звернення: 15.10.2023).

3. Сільське господарство України 2022: статистичний щорічник / за ред. О. Прокопенка. https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/09/S_gos_22.pdf (дата звернення: 15.10.2023).

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Водолазкий К.О., здоб. ОС «магістр»

Сокол Е.В., здоб. ОС «магістр»

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

Державний біотехнологічний університет

Українська держава має значний ресурсний та економічний потенціал сільського господарства, з можливістю розвитку в рамках багатоукладності як великих і середніх аграрних підприємств, так і фермерства на засадах кооперації. Нажаль, ще до 2014 року процес реалізації цих потенціалів зустрічав ряд проблем як об'єктивного, так і, в більшості, суб'єктивного характеру, які неодноразово вже окреслені науковцями та практиками. З моменту ж початку реалізації російською федерацією планів захоплення суверенної території України, а саме анексії Криму, політичної та військової дестабілізації на Донбасі, а також повномасштабного вторгнення у лютому 2022 р., викликів щодо функціонування аграрної галузі економіки України стало ще більше, і вони почали вимагати розробки специфічних механізмів діяльності, зокрема антикризових інструментів щодо продовження діяльності аграрних підприємств. Варто також розуміти, що аграрний сектор економіки України є стратегічною галуззю національної економіки, яка є важливим фактором незалежності нашої держави, дає змогу протистояти зовнішньому агресору, адже вона формує засади збереження суверенності держави – продовольчу, а також економічну, енергетичну та екологічну безпеку.

Окреслюючи ситуацію в аграрному секторі економіки України, на яку безпосередньо вплинула агресія російської федерації у 2022 році, варто відмітити, що унаслідок військових дій посівна кампанія 2022 та 2023 років стала найбільш складною з початку незалежності України. Окупація територій та військові дії призвели до зменшення посівних площ, виникнення дефіциту робочої сили, обладнання, пального, коштів, руйнування логістичних маршрутів. Військові дії на території України призвели до падіння внутрішніх цін реалізації аграрної продукції нижче рівня собівартості навесні [1].

Проведений аналіз збитків та втрат сільського господарства дослідниками [2, 3] показує, що найбільших збитків війна завдала сільськогосподарській техніці, яка була пошкоджена або викрадена (40% від загальної вартості пошкоджень, завданих аграрному сектору

економіки). Частка знищеної або викраденої виробленої продукції становить 28% від загальної вартості пошкоджень, або 1872,0 млн дол. США. Частка пошкоджених або зруйнованих складських приміщень, зокрема зернохосовищ, становить 16% від загальної вартості, збитків завдано на суму 1062,5 млн дол. США. Унаслідок обстрілів, обмеженого доступу до ферм, відсутності кормової бази вартість утрачених ресурсів у галузі тваринництва орієнтовно становить 362,5 млн дол. США, або 6% від загальної вартості пошкоджень. Крім того, було знищено й викрадено велику кількість пально-мастильних матеріалів, добрив, засобів захисту рослин – на суму 95,4 млн дол. США [2-3].

На основі вивчення сучасного стану діяльності аграрних підприємств у період воєнного стану та узагальнення їх проблем, нами було визначено основні шляхи стабілізації їх діяльності та реалізації ресурсного та економічного потенціалу з урахуванням корекції на поточну ситуацію. Серед них: зменшити бюрократичні бар'єри для розвитку аграрних підприємств та інших суб'єктів аграрної сфери економіки; запровадження державних та регіональних заходів дотаційного та податкового впливу, які спрямовані на підтримку аграрних товаровиробників з метою збереження робочих місць та недопущення банкрутства; залучення грантових програм, які сприятимуть підтримці галузі; забезпечення безпеки працівників аграрних підприємств шляхом розмінування полів за допомогою відповідних фахівців тощо.

Вважаємо, що окреслені заходи, у першу чергу, сприятимуть антикризовому розвитку вітчизняних аграрних підприємств у воєнний час та реалізації їх наявного наразі потенціалу.

Інформаційні джерела

1. Халізів Д.В. Розвиток аграрного сектору економіки в умовах воєнного стану. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право. 2023. Том 1 № 79. С. 286-290.

2. Kyiv School of Economics. Огляд збитків від війни в сільському господарстві України. Непряма оцінка пошкоджень. 2022. Вип. 2. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/11/Losses_report_issue2_ua-1.pdf.

3. Онегіна В. (2023). Ринок праці в аграрному секторі в умовах воєнного стану: сучасні тенденції та механізми стабілізації. Економіка та суспільство. № 49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-40>.

4. Руденко С.В. Виробничий потенціал аграрного підприємства: економічна сутність та роль у формуванні економічного потенціалу. Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Харків: ХНТУСГ. 2016. Вип. 172. С. 175-181.

ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ГАЛУЗЕЙ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА КВАЛІФІКОВАНИМИ КАДРАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Герасименко Ю.С., д-р екон.наук, доц.,
професорка кафедри педагогіки,
психології та менеджменту

Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти
ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України

За даними Світового банку та Міністерства економіки України, для відновлення країни після війни необхідно мінімум \$411 мільярдів. Головними пріоритетами є відновлення критичної інфраструктури, житла та важливих соціальних і транспортних об'єктів. Однак необхідно також звертати увагу на відновлення промисловості, розвиток сільського господарства, IT-сфери та інших секторів. Головною метою є досягнення обсягу ВВП у \$500 мільярдів протягом десяти років, порівняно з менш ніж \$160 мільярдами (за попередніми оцінками) у 2022 році [1].

Під час розробки та вдосконалення Плану відновлення України [2], урядовці та експерти ретельно вивчали досвід різних країн у проведенні повоєнної відбудови, намагаючись адаптувати найкращі практики до нових завдань і викликів. Які з обраних напрямків можуть бути найбільш ефективними? Які зміни можна та повинні бути внесені? Очевидно, в деяких випадках старі кейси, пов'язані з повоєнною відбудовою середини 1900-х років, можуть виявитися корисними щодо підходів та типових управлінських рішень. Проте, визначаючи пріоритети та інструменти, нам необхідно діяти інноваційно, розраховувати на власні ресурси та рішення, а також на підтримку міжнародних партнерів [1].

Унаслідок розгортання повномасштабної агресії РФ в Україні, промисловість та аграрний сектор економіки зазнали значних втрат і руйнувань. В зоні бойових дій та окупації багато підприємств припинили свою роботу, велику частину виробничих потужностей знищено або пошкоджено, а доступ до ресурсів і сировини, а також ринків збуту став надзвичайно ускладненим. На багатьох земельних ділянках неможливо вести сільське господарство; блокування морських портів призвело до неможливості експорту сільськогосподарської продукції шляхом традиційних торговельних шляхів; і на територіях найближчих до лінії фронту існують проблеми із забезпеченням населення продовольством [3].

Забезпеченість галузей національного господарства кваліфікованими кадрами є надзвичайно важливою у воєнний час і під час

повоєнного відновлення. Умови воєнного стану та післявоєнного відновлення створюють ряд викликів і завдань, що стосуються ресурсів людських кадрів.

Ключові аспекти забезпеченості кадрами у цих умовах включають:

1. Підготовка та навчання. Важливо мати систему навчання та підготовки, яка готує кадри для служби у військових, медичних, інженерних, логістичних та інших сферах, які є критичними під час конфлікту і відновлення.

2. Мобілізація резерву. У час загрози воєнного стану, важливо мати механізми мобілізації цивільних кадрів та їх перепідготовки для виконання військових завдань або допомоги в інших важливих галузях.

3. Збереження талантів. Під час воєнного конфлікту або кризової ситуації важливо забезпечити збереження кваліфікованих кадрів у країні та надавати їм моральну та матеріальну підтримку.

4. Сприяння розвитку кваліфікацій. Після завершення конфлікту або воєнного стану, необхідно надавати можливості для навчання та професійного розвитку кадрів, щоб вони могли відновити національну економіку та інфраструктуру.

5. Міжнародна співпраця. Умови воєнного конфлікту та відновлення можуть вимагати співпраці з іншими країнами та міжнародними організаціями для обміну досвідом та ресурсами в галузі кадрів.

Забезпеченість кваліфікованими кадрами є ключовим чинником успіху в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення. Тільки завдяки добре підготовленим та мотивованим спеціалістам можна ефективно впоратися з викликами, які виникають в таких ситуаціях і забезпечити стабільність та відновлення національного господарства.

Незважаючи на надзвичайні пошкодження, промисловість функціонує і виявляє стійкість перед викликами і ризиками війни завдяки ряду заходів і ініціатив, які були впроваджені на різних рівнях державного управління, а також в підприємницькому середовищі. Ці заходи спрямовані на забезпечення надійності функціонування промислового сектору та зменшення втрат, а також на адаптацію до умов ведення господарської діяльності в умовах військового конфлікту. Аграрний сектор також продемонстрував високу стійкість та готовність до адаптації до ризиків військових часів. Потреби населення в продовольстві були повністю задоволені, були прийняті заходи для запобігання різкому зростанню цін на продукти, розширено ланцюги постачання та збуту сільгосппродукції. Навіть при ворожих діях агресора, Україна вдалося

підтвердити та закріпити свою роль гаранта продовольчої безпеки на світових ринках.

Необхідно обґрунтувати спрямування та заходи державної політики щодо підтримки реформ і ініціатив, спрямованих на адаптацію підприємств промисловості та аграрного сектору до викликів та ризиків тривалої війни та періоду післявоєнного відновлення. Ця важлива роль, яку відіграють ці сектори, у забезпеченні стійкості української економіки, вимагає ретельного обґрунтування та розробки конкретних напрямків і заходів. Ці заходи мають спрямовуватися на створення основи для відновлення потенціалу довгострокового зростання в умовах війни та наслідків війни.

У час повномасштабної збройної агресії з боку РФ державна аграрна політика повинна бути спрямована на максимальне підтримання стабільності сільськогосподарського сектору та збереження ефективності всіх етапів харчового виробництва, включаючи «виробництво - перероблення - зберігання - постачання населенню харчових продуктів». Основними завданнями такої політики є: гарантування продовольчої безпеки; забезпечення сільськогосподарських виробників матеріально-технічними ресурсами; створення умов для самостійного забезпечення харчовими продуктами подвірних господарств і тимчасово переміщених осіб; збільшення обсягів первинного та подальшого перероблення сільськогосподарської сировини в межах країни; збільшення частки готової харчової продукції та продуктів з вищою доданою вартістю у виробництві для експорту.

Забезпеченість кваліфікованими кадрами є стратегічно важливою для збереження національної безпеки і розвитку України. Україна залишається на передньому краї геополітичних конфліктів. Забезпеченість кваліфікованими військовими, дипломатами та аналітиками є важливою для збереження національної безпеки та захисту національних інтересів.

Інформаційні джерела

1. Чим прислужиться Україні світовий досвід повоєнної відбудови. URL: <http://surl.li/hhcrh>

2. План відновлення України. URL: <https://recovery.gov.ua/>

3. Пріоритети забезпечення стійкості промисловості й аграрного сектору економіки України в умовах повномасштабної війни : аналіт. доп. / [О. В. Собкевич, А. В. Шевченко, В. М. Русан, Л. А. Жураковська]; за ред. Я. А. Жаліла. – Київ : НІСД, 2023. – 49 с. – <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2023.04>. URL: <http://surl.li/lckp>

ЕКОНОМІЧНЕ НАВАНТАЖЕННЯ НА ДЕРЖБЮДЖЕТ ПІД ЧАС РОЗСЛІДУВАННЯ ЗЛОЧИНУ ДЕЗЕРТИРСТВО В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Гученко К.В., аспірант
Науковий керівник – д-р юрид. наук, проф.,
Заслужений юрист України **С.С. Мірошніченко**
Державний біотехнологічний університет
Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»

Відповідно до пункту 3 частини 1 статті 5 Закону України «Про Державне бюро розслідувань» до завдання Державного бюро розслідувань (далі – ДБР) належить запобігання, виявлення, припинення, розкриття і розслідування злочинів проти встановленого порядку несення військової служби (військових злочинів), крім злочинів, передбачених статтею 408 Кримінального кодексу України [3, 4]. Шляхом тлумачення цієї норми, ДБР займається запобігання, виявлення, припинення, розкриття і розслідування кримінального правопорушення у формі злочину, передбаченого ст. 408 КК України дезертирство.

В межах цієї роботи нами висувається пропозиція щодо аналізу бюджетних витрат на державний правоохоронний орган ДБР (ст. 1 Закону № 794-VIII), а також економічні та фінансові наслідки, які спричинює розслідування злочину дезертирство для України. Вбачається також доцільним звернути увагу на витрати із державного бюджету України в межах фінансування даного органу в умовах воєнного стану.

Відповідно до Розподілу видатків Державного бюджету України на 2022 рік (Додаток № 3 до Закону України «Про Державний бюджет України на 2022 рік») на забезпечення діяльності Державного бюро розслідувань було передбачено 2 680 565,1 грн [2]. Згідно із додатком 3 до Закону України «Про Державний бюджет України на 2023 рік» було виділено 2 428 676,6 грн, що, в свою чергу, свідчить про те, що видаток скоротився на 251 888, 5 грн [1].

Економічні витрати на розслідування злочину дезертирства зі Збройних сил України можуть суттєво відрізнитися залежно від кількох факторів, зокрема від масштабу дезертирства, ресурсів, виділених правоохоронним і військовим органам, а також від судових процесів. Ці витрати можуть мати як прямі, так і непрямі

наслідки для бюджету країни. Ось деякі потенційні економічні витрати, пов'язані з розслідуванням дезертирства:

Операційні витрати: до них відносяться витрати, пов'язані з пошуком і затриманням дезертирів, проведенням розслідувань і збором доказів. Це можуть бути витрати, пов'язані з персоналом, транспортом, спостереженням і технологіями.

Судові витрати: судові процеси, включаючи судові розгляди, юридичне представництво та адміністративну роботу, можуть вимагати значних витрат. Сюди входять витрати, пов'язані з суддями, прокурорами, адвокатами, приміщеннями суду та допоміжним персоналом.

Компенсації та пільги: у деяких випадках дезертири можуть мати право на певні пільги або компенсацію відповідно до закону, навіть якщо їх визнають винними. Це може бути заробітна плата, пенсія або медична допомога.

Затримання та ув'язнення: якщо дезертирів заарештовують і тримають під вартою до суду або засуджують до ув'язнення після винесення обвинувального вироку, виникають витрати, пов'язані з утриманням виправних установ, забезпеченням харчуванням, медичним обслуговуванням і безпекою.

Навчання та вербування: для вирішення проблеми дезертирства збройним силам може знадобитися інвестувати в кращу підготовку, поліпшення умов праці та стимули, щоб знизити ймовірність дезертирства солдатів у першу чергу. Ці інвестиції можуть мати довгострокові бюджетні наслідки.

Вплив на військові операції: дезертирство може зірвати військові операції, що призведе до потенційних витрат, пов'язаних з реорганізацією, набором заміни і підтриманням боєготовності.

Втрата людського капіталу: коли дезертирують підготовлені військовослужбовці, це означає втрату людського капіталу для збройних сил. Заміна досвідченого персоналу може бути дорогавартісною з точки зору навчання і набору.

Сприйняття громадськістю: високий рівень дезертирства може негативно вплинути на сприйняття громадськістю армії та уряду, що потенційно може призвести до зменшення підтримки та фінансування.

Адміністративні витрати: державні установи, відповідальні за розгляд справ про дезертирство і ведення обліку, можуть нести адміністративні витрати, пов'язані з оформленням документів, веденням обліку і бюрократією.

Важливо зазначити, що економічні витрати можуть суттєво відрізнятись в різних країнах і залежать від конкретного правового та військового контексту. Крім того, зусилля, спрямовані на запобігання дезертирству шляхом поліпшення умов праці, підвищення кваліфікації та усунення першопричин дезертирства, можуть бути більш економічно ефективними в довгостроковій перспективі, ніж розслідування випадків дезертирства після того, як вони сталися.

Загалом, економічні витрати на розслідування випадків дезертирства зі збройних сил слід розглядати в більш широкому контексті підтримання військової дисципліни, забезпечення боєготовності збройних сил і підтримання верховенства права.

Інформаційні джерела

1. Про Державний бюджет України на 2023 рік : Закон України; Бюджет, Розподіл, Перелік від 03.11.2022 № 2710-IX // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2710-20> (дата звернення: 09.10.2023)

2. Про Державний бюджет України на 2022 рік : Закон України; Бюджет, Розподіл, Перелік від 02.12.2021 № 1928-IX // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1928-20> (дата звернення: 09.10.2023)

3. Кримінальний кодекс України : Кодекс України; Кодекс, Закон від 05.04.2001 № 2341-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2341-14> (дата звернення: 09.10.2023)

4. Про Державне бюро розслідувань : Закон України від 12.11.2015 № 794-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/794-19> (дата звернення: 09.10.2023)

РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ПІДТРИМЦІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Єфремов А.О., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – канд. с.-г. наук, доц. **Д.В. Ковальов**
Херсонський державний аграрно-економічний університет

Україна впродовж більш ніж 30 років незалежності намагається активно впроваджувати принципи ринкової економіки. Тому, з кожним роком, Уряд вводить все більше нових Законів, відповідно до яких, держава втрачає все більше функцій надлишкового регулювання, створює умови задля конкурентоспроможності підприємств.

Задля максимального та ефективного перерозподілу грошових ресурсів, в Україні відповідно існують податки для бізнесу та для населення. За кошти платників податків, фінансуються державні витрати на оборону, медицину, освіту, зміцнення економіки, соціальне забезпечення, культури та ін.

Однак, в 2022 році почалося повномасштабне вторгнення росії. Цей напад супроводжувався активними бойовими діями, при яких ворог знищував інфраструктуру, підприємства, вбивав мирне населення та окупував значні території. Населення ж, намагаючись втекти від страшної війни, активно внутрішньо та зовнішньо мігрувало. За оцінками Міністерства закордонних справ станом на 21 червня 2023 року за кордоном перебували 8 млн 177 тис. українців [1].

То ж, розуміємо, що економіка нашої країни зазнала значних втрат. І відповідно, задля недопущення ще більшого падіння та намагання хоч якось стабілізувати ситуацію, Уряду нашої країни необхідно було вжити заходів.

Одним з таких заходів було зміна в податковому законодавстві. Використовуючи цей інструмент, державою з 1 квітня 2022 року було надано пільги для платників податків, які перебувають на спрощеній системі оподаткування. Як наслідок, платники єдиного податку 1-ї та 2-ї групи отримали право не сплачувати єдиний податок та не заповнювати декларацію за цей час. Також було зменшено ставку єдиного податку для 3-ї групи до 2% [2].

Таким чином, не зважаючи на бюджетні втрати, Уряд країни спромігся підтримати бізнес, щоб не допустити його занепаду та зникнення. Хоч і була гостра необхідність у збільшенні державних витрат та збільшенню доходності бюджету, однак в державних органах розуміли, що закритий бізнес, який не витримав грошового навантаження – це гірше, аніж той, який працює і певний час не сплачує податки.

Окрім цього, Уряд, постійно бачить та розуміє проблеми, які потрібно негайно вирішити, і в разі, коли це частково залежить від рішення держави та частково від підприємців, урядовці намагаються покращити свою частку. Тому, коли постає гостра потреба в імпортних товарах, на які потрібно пришвидшити процес розмитнення та знизити ціну, Уряд в швидкому темпі приймає рішення про скасування ПДВ та ввізного мита.

Для прикладу можна згадати Закони №3123-IX та №3124-IX, за якими звільнилися від оподаткування та ввізного мита компоненти

необхідні для виробництва та ремонту безпілотних систем. Або ж можна згадати реагування Уряду на проблеми, які виникли після минулорічних масштабних обстрілів енергоінфраструктури України. Законами №8196 та №8197 було скасовано сплату ПДВ та податкові мита при ввезенні генераторів і деякого обладнання, необхідного для виробництва електрогенераторних установок.

Таким чином, бачимо, що Уряд дійсно активно співпрацює з підприємцями, задля покращення вирішення поточних проблем, які виникають, це допомагає зменшувати грошове навантаження на населення та бізнес і підвищувати обороноспроможність нашої держави.

Також варто враховувати, що Україна деокупує власні території, які тривалий час перебували під гнітом росії, на яких кількість населення значно скоротилося, а самі території та підприємства фактично розграбовані окупантами. Тому важливою складовою підтримки національної економіки під час війни є також і відновлення деокупованих територій.

З цією метою держава активно проводить зовнішню політику. 20-21 квітня 2023 року в Києві відбувся Міжнародний саміт міст та регіонів, який об'єднав регіональні та місцеві влади України та всього світу, міжнародні урядові та неурядові організаційні заради партнерства та налагодження прямих контактів між українськими та іноземними громадами.

В рамках Саміту обговорено реінтеграцію українських територій, подолання гуманітарних викликів та відновлення життєдіяльності громад. «Саме завдяки децентралізації та місцевим громадам ми витримали перші найважчі місяці війни» - на це акцентував увагу у своєму виступі Президент України Володимир Зеленський [3].

Враховуючи зарубіжний досвід економічного зростання, децентралізація – ключ до вирішення проблем розвитку. Україні ж після деокупації всіх територій слід завчасно врахувати всі чинники, щоб упередити можливі наслідки децентралізації. В цьому плані за допомогою державних інститутів влади слід забезпечити чітке розмежування функцій та повноважень між державою та місцевою владою. Так, основними цілями уряду має стати зовнішня політика, національна безпека та оборона, розробка стратегічних напрямів розвитку регіонів. В той же час, перед місцевою владою мають стояти завдання управління економічним розвитком регіонів, розпорядження бюджетними коштами та майном територіальної громади та забезпечення системи надання послуг для населення.

Реформування аграрного сектора економіки відкриває можливості ефективнішого використання ресурсного потенціалу його розвитку, вимагає забезпечення повноцінного відтворення складових цього потенціалу, а також досягнення соціальної, політичної та економічної безпеки у регіонах [4].

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, бачимо, що роль державних інструментів та інститутів у підтримці та навіть розвитку національної економіки під час війни є надзвичайно велика. Власне, використовуючи основний інструмент держави – законотворчий та законодавчий потенціал, Україна може ефективно реагувати на нові виклики та проблеми, швидко виконати дії задля стабілізації ситуації та економіки та врешті, прискорити економічне відновлення деокупованих регіонів і подальший економічний розвиток всіх регіонів України.

Інформаційні джерела

1. Кількість українців та їх міграція за кордон через війну. Мультимедійна платформа інфомовлення України «Укрінформ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3732355-killist-ukrainciv-ta-ih-migracia-zakordon-cerez-vijnu.html>

2. Податки під час війни. Офіційний портал, Державна податкова служба України. URL: <https://tr.tax.gov.ua/media-ark/local-news/print-581820.html>

3. Перший Міжнародний саміт міст і регіонів у Києві. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/shkrum/64413ba6c31c0/>.

4. Ковальов Д.В. Напрямки розвитку сільських територій Херсонської області у поствоєнний період: практичний досвід Європейських країн. Ефективна економіка. 2023. № 6. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1693/1706>

ОГЛЯД ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ ЦИФРОВОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Єфремов А.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **А.В. Микитась**
Державний біотехнологічний університет

Повномасштабна війна росії проти України завдала країні непоправних збитків, а економіка України зазнала колосальних втрат: знищено цивільну інфраструктуру, зруйновано підприємства, постраждали люди, а частка переміщених осіб сягає чверті від усього населення. Це призвело до глибокого економічного спаду, інфляції та зростання безробіття, відновлення чого потребуватиме значних зусиль та

ресурсів. У цьому контексті надзвичайно важливим є розвиток цифрових рішень, які можуть допомогти Україні подолати виклики воєнного стану та повоєнного відновлення.

Серед найбільших політико-економічних проблем України в поточній ситуації можна виділити такі:

- продовження російської військової агресії проти України. Доки ситуація не поліпшиться, велика кількість людей не зможуть повернутись до нормального життя, уряд буде витрачати величезні кошти на утримання оборони, а країна не буде привабливою для зарубіжних або внутрішніх інвесторів;

- загальна економічна криза та нестабільність фінансового ринку, викликані низкою факторів, таких як відтік працездатного населення, закриття бізнесу та втрата територій, закриття російського та білоруського ринків, девальвація гривні тощо.

За консервативними експертними оцінками, через війну Україна зазнала прямих і непрямих збитків на суму щонайменше 600-700 млрд. доларів США. У наведеній нижче таблиці можна побачити оцінки збитків, асоційованих з різними факторами поточної ситуації.

Таблиця 1 – Оціночні втрати України в результаті війни з росією

Опис типу збитків	Оціночна кількість, дол. США
Прямі збитки, вартість зруйнованого житлового майна, пошкодженої інфраструктури, промислового та сільгосп обладнання. За даними Київської школи економіки, зруйновано близько 10% житлового фонду країни.	150 млрд
Неотримані зовнішні інвестиції, за оцінками Світового банку.	200 млрд
Закриття російського та білоруського ринків. Об'єм ринку 2021 року (до війни) – 62,9 млрд. доларів США.	100 млрд
Збитки через закриття бізнесу. За даними Мінекономіки з початку війни було закрито близько 100 000 підприємств.	100 млрд
Збитки через втрату окупованих територій, за даними Київської школи економіки.	100 млрд

Для подолання цих викликів Україні необхідно розробити та реалізувати ефективні стратегії розвитку. Серед таких стратегій:

- інтеграція економіки України в європейський простір. Це дасть доступ до нових ринків, інвестицій та технологій, що є значно потужнішим за довоєнний ринок з країнами СНД. За даними Держстату товарообіг України з країнами ЄС складав до війни більше 70 млрд. доларів США, та потенційно за оптимістичними прогнозами може зрости до 100 млрд. доларів до 2030 року у сприятливих умовах. Нажаль, з початку вторгнення об'єми імпорту/експорту зменшились на більше ніж 20%;

- розвиток цифрової економіки. Це дозволить підвищити ефективність виробництва та обслуговування, роботу уряду, а також мінімізувати ризики від воєнних дій завдяки швидкій дистрибуції важливих даних та здійснення дистанційного керування;

- інвестиції в людський капітал: відбудовування освітніх установ і реформування системи, запровадження більш ефективних систем дистанційного навчання та отримання освітніх рівнів, проведення онлайн-конференцій серед здобувачів усіх рівнів. Це дасть можливість Україні створити конкурентоспроможну робочу силу, особливо в умовах післявоєнного відновлення.

Потенціал України у сфері інформаційних технологій, зважаючи на виняткову кількість ІТ-спеціалістів, дійсно унікальний, бо дає можливість запровадити цифровізацію там і на такому рівні, що не було зроблено навіть у найрозвиненіших країнах світу. Наприклад, онлайн-банкінг в Україні за якості та зручності надання послуг перевершує навіть аналогічну сферу у США або ЄС. Таким чином, цифрові рішення є важливим інструментом для розвитку національної економіки України в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення. Розвиток цифрових рішень у сфері страхування може допомогти Україні подолати виклики воєнного часу, забезпечити захист громадян та бізнесу від фінансових ризиків та сприяти економічному зростанню, а також спростити перспективну інтеграцію у європейський ринок та зробити країну більш привабливою для зовнішніх інвесторів.

Роздивимось детальніше можливості розвитку цифрової економіки та уряду України. В умовах поточної війни та потенційного відновлення, можна виділити такі найважливіші сфери запровадження інформаційних технологій:

**Таблиця 2 – Можливі інформаційні технології
для впровадження в Українську економіку та уряд**

Інформаційна технологія	Опис та можливості для України
Системи цифрового уряду	Впровадження хмарних технологій та «блокчейну» для формування безпечних і прозорих державних реєстрів, які спрощують державний облік з економічних, юридичних та податкових питань. Запровадження прозорої системи державної установи (декларації посадовців, розподіл державного бюджету, рішення Ради і Кабміну, тощо) дозволять підвищити рівень довіри до уряду та привабливість країни для зовнішніх інвестицій.
Електронні державні послуги і подальший розвиток системи «Дія»	Цифрові технології дозволяють підприємствам та установам надавати послуги населенню в електронному вигляді, такі як подання податкових декларацій, реєстрація юридичних осіб, подання заяв до різних органів влади, сплата комунальних послуг, тощо. Це може бути використано для спрощення доступу до послуг для населення, особливо для постраждалих від війни регіонів та переміщених осіб.
Онлайн-страхування	Використання цифрових технологій дозволяє спрощувати та здешевлювати отримання страхових послуг, ринок яких щорічно збільшується в Україні. Важливим є впровадження сучасних смарт-полісів, що беруть дані з датчиків та інших пристроїв чи показників с інформаційних систем підприємств або установ для автоматичного визначення ризиків та надання страхового захисту. Впровадження зручних агрегаторів страхових послуг та прозоре пояснення умов страхування вирівнює конкуренцію між страховиками та створює умови для розвитку в першу чергу клієнто-орієнтованого страховального бізнесу.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ САНАЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кемза Р.Г., здоб. ОС «магістр»

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

Сьогодні ми всі живемо в епоху цифровізації. Всі процеси, що стосуються нашого повсякденного життя, якихось робочих процесів, швидко змінюються під впливом розвитку цифрових технологій. Зокрема, це стосується й діяльності підприємств, в основі їхнього економічного зростання та конкурентоспроможності лежить саме використання цифрових технологій.

Для підприємства, яке перебуває в умовах санації, що зазнало негативного впливу від виникнення кризових явищ, зокрема у зв'язку з військовими діями, виникає необхідність у використанні сучасних цифрових технологій як інструмента підвищення санаційної спроможності.

Метою нашого дослідження є визначення ролі та впливу цифрових технологій на підвищення санаційної спроможності підприємства.

Перед тим як дослідити переваги використання цифрових технологій, спочатку визначимо сутність таких категорій як «санація» та «санаційна спроможність».

Санація є складним поняттям та комплексним процесом. В науково-економічній літературі є багато думок науковців стосовно визначення даного поняття. Так, Терещенко О. під «санацією» розуміє систему фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів, спрямованих на досягнення чи відновлення платоспроможності, ліквідності, прибутковості і конкурентоспроможності підприємства-боржника в довгостроковому періоді [1]. На нашу думку, дане поняття повною мірою розкриває сутність санації саме як комплексного процесу. Тому, виходячи з даного визначення можна стверджувати, що санація – це комплексний процес заходів, які направлені на фінансове оздоровлення підприємства для поліпшення його фінансового стану з метою запобігання кризових явищ.

Головним критерієм прийняття рішення щодо санації або ліквідації підприємства є санаційна спроможність. Це поняття слід розглядати як наявність у підприємства усіх можливостей щодо подолання (витримування) виникненню кризових явищ.

Як зазначалось раніше, наразі всі економічні процеси перебувають під впливом цифрової трансформації. З економічної точки зору, цифровізація розглядається як поступовий перехід бізнес-процесів на інший технологічний рівень з використанням цифрових ресурсів та технологій (створення товару, робота з постачальниками та покупцями, а також з колегами, ведення документообігу, продаж і контроль якості товару тощо) [2].

За допомогою використання цифрових технологій у своїй діяльності підприємства мають можливість досягнути своїх стратегічних цілей, тобто підвищити рівень продуктивності та підтримати належний рівень конкурентоспроможності.

До цифрових технологій, які можуть бути використані на підприємстві для підвищення санаційної спроможності слід віднести:

1. Автоматизовані інформаційні системи (АІС): використання різноманітних спеціалізованих програмних засобів для обробки даних, фінансового обліку, управління фінансами тощо;

2. Хмарні технології: збереження, обмін даних, доступ до інформації з будь-якого місця;

3. Інтернет речей (ІоТ): використання датчиків та з'єднання об'єктів до мережі Інтернет, що дозволяє підприємствам збирати та аналізувати дані про стан обладнання, виробничі процеси та інші параметри;

4. Штучний інтелект (АІ): аналіз та інтерпретація даних, автоматизація процесів прийняття рішень, прогнозування тенденцій.

Використання зазначених технологій на підприємстві може значно підвищити ефективність санаційного процесу, зменшити ризики та забезпечити стабільний розвиток, у т. ч. в умовах військового стану.

Таким чином, можна виділити низку переваг використання цифрових технологій у процесі санації підприємства, а саме:

1. Цифрові технології значно підвищують санаційну спроможність підприємства. Вони дають можливість проводити ефективний контроль за використанням ресурсів та аналіз фінансово-економічних показників підприємства, своєчасно виявляти проблеми його діяльності та приймати рішення щодо вирішення цих проблем;

2. За допомогою цифрових технологій відбувається автоматизація бізнес-процесів, що сприяє зниженню витрат на робочу силу та покращенню продуктивності праці. Наприклад, система електронного документообігу дозволяє ефективніше обробляти та зберігати документи, що дозволяє зменшити час та зусилля;

3. Застосування різноманітних цифрових платформ та інструментів допомагає забезпечити прозорість та доступність

інформації про діяльність підприємства для всіх зацікавлених сторін, що в свою чергу, сприяє підвищенню довіри до підприємства з боку інвесторів та кредиторів та посилює співпрацю з ними;

4. Цифрові технології сприяють ефективній комунікації між сторонами, які залучені до процедур санації;

5. Такі цифрові технології, як штучний інтелект та аналітика даних, дозволяють здійснювати прогнозування діяльності підприємства, моделювати різні сценарії, що забезпечують більш обґрунтовані результати проведення санації.

Однак варто зауважити, що, впровадження сучасних цифрових технологій вимагає від підприємств значних фінансових вкладень. Це може стати фінансовим тягарем для підприємства, особливо якщо ми говоримо про невелике підприємство з обмеженим бюджетом.

Також підприємствам потрібно приділяти увагу й кібербезпеці та вживати заходи щодо захисту своїх даних, тому що цифрові системи можуть бути підвержені хакерським атакам, витоку даних або втрати конфіденційності.

Впровадження цифрових технологій на підприємстві робить його залежним від них. Якщо виникне якийсь технічний збій або проблема в роботі системі, це може призвести до зупинки роботи підприємства або втрати даних. Для запобігання таких ситуацій, підприємство повинно мати плани резервного копіювання та відновлення.

Враховуючи вказані проблеми, для успішного впровадження цифрових технологій підприємству необхідно спочатку провести аналіз своїх потреб та можливостей, розробити відповідні стратегії, а також підготувати персонал до роботи з новими технологіями.

Отже, в ході проведеного нами дослідження можна стверджувати, що впровадження цифрових технологій на підприємстві надають йому багато нових можливостей у плані підвищення його санаційної спроможності. Так, від впровадження таких сучасних технологій забезпечується більш ефективне управління підприємством, сприяє зниженню його витрат, покращенню комунікацій, що позитивно впливає на розвиток підприємства навіть у складних економічних умовах.

Інформаційні джерела

1. Терещенко О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія. Київ. КНЕУ. 2006. 268 с.

2. Багацька К., Гейдор А. Бізнес-процеси в умовах диджиталізації економіки. Вісник КНТЕУ. 2019. № 5. С. 23–32. DOI: [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2019\(127\)03](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2019(127)03)

ЦИФРОВА ДИСТРИБУЦІЯ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Кузьменко Я.І., здоб. ОС «магістр»,

Кузьменко І.І., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.В. Каленік**

Державний біотехнологічний університет

Швидке впровадження цифрових технологій у всі галузі суспільства є результатом еволюції споживчих потреб та досягнень в ІТ-сфері. Пандемія, а потім введення воєнного стану у зв'язку з військовою агресією РФ та пов'язані з цими обставинами обмеження у фізичних контактах, потреби в дистанційованні викликали збільшений інтерес суб'єктів економічної діяльності до цифрової трансформації бізнесу. Це спонукало їх вирішувати проблему вибору оптимальних рішень в умовах обмеження витрат та невизначеності тривалості негативних факторів. Усі сектори економіки зазнали фінансових втрат, зокрема, сфера послуг, а саме готельно-ресторанний бізнес. Проте навіть у цих важких соціально-економічних умовах виникають нові можливості та механізми адаптації, які ведуть до створення інноваційних науково-практичних підходів до формування економічної стійкості суб'єктів господарювання у сфері гостинності.

Цифрові технологічні нововведення суттєво перетворили погляд на економічні аспекти маркетингу та розподілу готельно-ресторанних послуг, розкриваючи широкі можливості для розширення ринку збуту в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Відбулися зміни у конкурентних перевагах цифрової трансформації, які включають гнучке та адаптивне управління, урахування останніх технологічних та технічних тенденцій, а також сприяння співпраці й об'єднанню зусиль у продажах та маркетингу послуг. Це підтверджує, що нині навички та досвід впровадження технологічних інновацій, які колись були додатковими, тепер є ключовими. Аналітичні звіти багатьох учасників ринку підтверджують припущення, що дистрибуція сьогодні є значущою складовою управління бізнесом. Ще одним аргументом на користь цифрової дистрибуції є зростання онлайн-активності споживачів, що призвело до зміни їхньої поведінки: популярність змістилася на користь онлайн-пошуку, бронювання та оплати послуг.

Цифрові технології в сфері гостинності розглядаються як технології комунікації, айджал-управління та контролю поточних процесів в готелі [1].

Розуміння та використання переваг цифрових технологій абсорбується завдяки апробації цифрових функцій мобільних та комп'ютерних гаджетів, їх правильній інтерпретації, що потребує певної операціоналізації термінологічного апарату, зокрема дефініцій «цифровізація», «цифрові технології», «цифрові платформи».

Цифрові технології, зокрема цифрові платформи, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, технології ідентифікації, блокчейн тощо здатні фасилітувати бізнес-процеси суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, зокрема бронювання, реєстрації та розрахунку гостей [2], стимулюючи розвиток ціннісної діяльності.

Аналітичний огляд наукових праць дозволяє констатувати, що цифрова дистрибуція послуг гостинності – ефективний інструмент управління доходами та оптимізації бізнес-процесів щодо реалізації готельно-ресторанних послуг через онлайн канали, які можна розділити на прямі та непрямі.

готелям вигідніше працювати через канали першої групи, однак різноманіття переваг і поведінкових характеристик споживачів змушує підприємство вибудовувати оптимальну модель роботи з усіма перерахованими каналами. Чим більший та різноманітніший перелік каналів дистрибуції використовує готель, тим більший потік прямого трафіку запитів він отримує [3]

За даними TravelClick Demand360, частка доходів піжприємств готельно-ресторанного бізнесу від бронювання через брендбук складає 22-25%, що аргументує вигідність прямого каналу дистрибуції. Щодо метапошукових систем, то як правило, вибір споживачів здійснюється на користь підприємства, чий сайт попаде в ТОП-рядки пошукової видачі. Тому у здійсненні маркетингової активності суб'єкту готельно-ресторанного бізнесу варто враховувати фактори, за якими пошукова система Google ранжує потрапляння сайту до ТОП 3-10: якість послуг та сервісу; грамотна складені SEO-тексти; кореляційні дії поведінкових реакцій користувачів на сайті [4].

Значущий вплив на сьогодні мають соціальні мережі, де суб'єкти гостинності мають свою унікальну стратегію позиціонування. Особливості вирішення споживачами їхніх потреб визначаються особистим досвідом (особливо для готельних мереж), рекомендаціями фоловерів та відгуками щодо наданих послуг тощо.

Таким чином, уважне управління та адаптація контенту на сторінках та блогах готельно-ресторанних закладів стає надзвичайно важливим комунікативним каналом для підтримання стабільних взаємин та ефективного управління ними. Основою побудови цифрових дистрибуційних відносин є абстрагування від жорсткої конкуренції і пошуку нових моделей бізнесу на цифрових ринках, маркетплейсах (дистрибуційних платформах). Вихід суб'єкта гостинності на цифрову дистрибуційну платформу («блакитний океан») дозволяє зробити значний маркетинговий прорив та нівелює жорстку конкуренцію.

Інтеграція в «блакитний океан» цифрової дистрибуції передбачає перехід від лінійної до мережевої моделі створення цінності суб'єкта гостинності, що зміщує акценти якості внутрішніх бізнес-процесів на комунікації між користувачами платформи, дозволяє вивчати ціннісні стратегії конкурентів та застосовувати бенчмаркінг у стратегічних сесіях. При цьому здійснюється перехід максимізації виключно цінності для споживачів послуг гостинності до загальної цінності всієї цифрової платформи дистрибутора [3].

Таким чином, ключ до успішного просування послуг у готельно-ресторанному бізнесі – це комплексна робота над їх удосконаленням з орієнтацією, насамперед, на користь для клієнта. При цьому варто враховувати особливості дистанціювання сервісів та нових форм лояльності, адже нинішня ситуація з пандемією нова для всіх і заслуговує терпіння, розуміння та гнучкості. Зараз для суб'єктів сфери гостинності ідеальний час, щоб спробувати нові канали дистрибуції, пакетні пропозиції, стратегії оптимізації RevPar, управління доходами та завантаженістю, невинно їх комбінуючи та переглядаючи за потреби.

Інформаційні джерела

1. Buer, C. (2019) Digitalization in the hotel industry. In book: Tourism, Hospitality and Digital Transformation. 1st Edition. Routledge. 6-19. <https://doi.org/10.4324/9780429054396-2>.

2. Uifuture. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою [Інтернет]. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

3. Guillot A. (2021). It's Not Just a Room – The Benefits of Attribute-Based Selling in Hotels. URL: <https://www.amadeus-hospitality.com/insight/the-benefits-of-attribute-based-selling-in-hotels>.

4. Travelclick. com [Internet]. Available from: <https://www.travelclick.com/solutions/business-intelligence/demand360>.

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Карпенко Н.В., здоб. ОС «магістр»

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

Ефективне управління дебіторською заборгованістю і запасами підприємства на сьогоднішній день є однією з першочергових і актуальних задач.

У сучасній практиці господарської діяльності, відвантажуючи вироблену продукцію або надаючи послуги, підприємства, як правило, надають покупцям комерційні кредити шляхом відтермінування платежів. Звичайно, таким способом підприємства намагаються збільшити обсяги реалізації продукції, однак при цьому зростають обсяги дебіторської заборгованості, внаслідок чого вилучають із обороту частину оборотного капіталу, відповідно, знижується рівень платоспроможності підприємства.

Виникнення дебіторської заборгованості є неминучим, тобто природним, об'єктивним процесом фінансово-господарської діяльності підприємств, оскільки це:

- зобов'язання боржника з передачі майна, виконання робіт, надання послуг, сплати грошових коштів на визначену дату [3];
- наслідок політики, спрямованої на підвищення товарообороту [1];
- певна сума коштів, яку фізична або юридична особа заборгувала іншому суб'єкту господарювання за передані їм раніше продукцію, товари, виконану роботу чи надані послуги [2].

Впродовж останніх років господарської практики обсяг дебіторської заборгованості та її питома вага у загальній величині оборотних активів підприємств України поступово зростала, що свідчить про деформовану структуру матеріалізованих форм оборотного капіталу [1]. Домінування у загальній структурі дебіторської заборгованості підтверджує нераціональне використання оборотного капіталу, що, в свою чергу, позначилося й на результатах роботи вітчизняних підприємств. Зауважимо, що значна частка дебіторської заборгованості може бути обумовлена також багатьма зовнішніми і внутрішніми чинниками. Зокрема, зовнішніми чинниками є чинний порядок розрахунків у країні, податкова, грошово-кредитна політика, рівень інфляції, обсяг ринку та рівень його насиченості. Вони практично не залежать від діяльності підприємств, і обмежити їх

вплив складно. Внутрішні чинники – договірна політика підприємств, застосування різних видів розрахунків, стан контролю за дебіторською заборгованістю – залежать від рівня організації збуту продукції, налагодження контролю за виконанням договірних зобов'язань, цінової та фінансової політики підприємства.

В сучасних умовах ринкової конкуренції суб'єкти підприємницької діяльності змушені реалізовувати продукцію з відтермінуванням платежів, здійснюючи не беззбиткове вилучення з обороту частини власного оборотного капіталу. При цьому одна частина дебіторської заборгованості є закономірною, оскільки так передбачає порядок розрахунків, інша частина – прострочена та безнадійна дебіторська заборгованість, що виникає в результаті порушення платіжної дисципліни.

Отже, комплексний вплив низки зовнішніх (податкова політика, стан фінансового ринку, економічна політика держави) та внутрішніх факторів (галузь діяльності підприємства, кредитна політика підприємства та ін.), який надзвичайно посилюється в останні роки, неминуче позначився на високих темпах зростання як розміру дебіторської заборгованості підприємств України, так і її частки у сукупному обсязі оборотних активів. Окрім того, погіршився рівень ефективності управління дебіторською заборгованістю вітчизняних господарюючих суб'єктів переважної частини видів економічної діяльності. Виявлені тенденції переконливо сигналізують про нагальну необхідність безперервного застосування в практиці господарювання вітчизняних підприємств системи традиційних та впровадження сучасних заходів управління дебіторською заборгованістю, що дозволить прискорити швидкість її обороту, а також сприятимуть зростанню гарантії її погашення та трансформацію у грошові активи.

Інформаційні джерела

1. Бардадим М.В. Ефективне управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. В. Бардадим // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. – 2012. – Вип. 9(1). – С. 42-50. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esnof_2012_9%281%29_8 (дата звернення 10.10.2023)
2. Потривасва Н., Жорняк М. Теоретичні аспекти щодо визначення дебіторської заборгованості на підприємстві. Інноваційна економіка. 2014. № 6(55). С. 289-292.
3. Чорнобривець М.М. Дебіторська заборгованість: сутність та причини виникнення. Європейські перспективи. 2013. №10. С. 181-185.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Коваль Ю.І., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Горюх**
Державний біотехнологічний університет

Прибуток є основним узагальнюючим показником фінансових результатів і господарської діяльності будь-якого підприємства, також основним фінансовим джерелом його розвитку. Враховуючи, що прибуток – це не лише фінансовий результат діяльності господарюючого суб'єкта, а й критерій дохідності господарської діяльності підприємства, його розмір у грошовому виразі є важливим абсолютним вимірником дохідності діяльності підприємства. Крім того, використовуються відносні показники прибутковості (рентабельності).

Управління прибутком підприємства можна трактувати як систему функцій, методів, інструментів, важелів, пов'язаних із формуванням, розподілом і використанням прибутку, що застосовуються з метою досягнення тактичних (забезпечення прийнятного рівня рентабельності діяльності) і стратегічних цілей підприємства (зростання його вартості) [1].

Існують два основні методичні підходи до формування обсягу операційного прибутку підприємства. Згідно з першим, основу формування прибутку становить плановий обсяг виробництва і реалізації продукції з урахуванням ресурсних можливостей підприємства та місткості відповідного ринку, на якому вона має продаватись (цей метод планування прибутку визначається як «ресурсний») [2].

Згідно з другим підходом, основу формування прибутку становить планова потреба у фінансуванні за рахунок цього джерела основних напрямів стратегічного розвитку підприємства у передбачуваному періоді (цей метод планування прибутку визначається як «цільовий»). Але цей метод планування може бути використаний за умови, що вся вироблена підприємством товарна продукція може бути повністю реалізована (тобто ринкових обмежень щодо попиту на неї немає), а рівень цін продажу дає змогу забезпечити рентабельну операційну діяльність.

На жаль, сучасний стан економічної діяльності більшості виробничих підприємств не дає їм змоги максимізувати обсяг виробництва і реалізації продукції як за ринковими обмеженнями (низьким рівнем попиту), так і за рівнем собівартості (який не дає

можливості встановлювати сприятливі для покупців ціни і нарощувати її збут).

Основна вимога максимізації прибутку полягає у прибутковості кожної одиниці випуску, а виробництво додаткової продукції збільшує обсяг на величину граничних витрат, але одночасно підвищується і загальний дохід – на величину граничного доходу.

Якщо граничний дохід більше граничних витрат, прибуток підприємства підвищується, але гранична максимізація ще не досягнута і підприємство має можливість збільшувати обсяг виробництва. Як тільки граничні витрати будуть перевищувати граничний дохід, зростання узагальненого прибутку сповільнюється, а збільшення випуску продукції стає збитковим.

Таким чином, величина прибутку досягає максимуму за такого обсягу випуску продукції, при якому граничний дохід дорівнює граничним витратам [3].

У процесі формування прибутку підприємства важливе місце займають методи управління, під якими розуміють способи виконання функцій управління. Методи управління в теоретичному аспекті є способами і прийомами впливу керуючої системи на керовану на різних рівнях і ланках управління (підприємство, підрозділ, служба тощо), а в прикладному аспекті – сукупністю способів і прийомів для досягнення місії організації та її цілей.

Отже, основними завданнями управління формуванням прибутку підприємства є:

- забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується, і який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта господарювання;
- забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку та рівнем ризику та підтримка конкурентоспроможності у довгостроковому періоді;
- забезпечення ліквідності підприємства та його платоспроможності, а також підтримка інвестиційної привабливості постійного збільшення ринкової вартості підприємства.

Інформаційні джерела

1. Николишин С. Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним. Молодий вчений, 2019. № 2 (42). С. 299-303.
2. Галушка О. Р. Особливості формування прибутку підприємства. Управління розвитком, 2020. № 14. С. 131-134.
3. Бабич М. С. Максимізація прибутку підприємства та його роль у процесі відтворення. Вісник Хмельницького національного університету, 2017. № 2, Том 1. С. 22-25.

ПОВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ ТА ЦИФРОВІ РІШЕННЯ

Кулик А.В., аспірант

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. Г.М. Коптєва
Національний технічний університет «ХПІ»

Повномасштабна військова агресія з боку росії зруйнувала та продовжує руйнувати економіку України, знищує українські міста та селища, призводить до критичних змін в транспортній та енергетичній інфраструктурі країни, стає наслідком соціальної, демографічної, гуманітарної та природної кризи на території нашої країни. За повний рік війни пряма шкода, завдана будівлям та інфраструктурі, оцінюється в розмірі понад 135 мільярдів доларів США, що є безпрецедентною сумою руйнувань та втрат за часів Другої світової війни. Загальна сума потреб на відновлення і відбудову оцінюється у понад 411 мільярдів доларів США, що в 2,6 рази перевищує фактичний ВВП України у 2022 році [1].

Під час війни будь-яка економіка змінює свій зміст та вигляд, тому не завжди можна використовувати традиційні економічні інструменти. Проте саме зараз, коли ще не закінчились військові дії на території нашої країни, саме в таких умовах важливо розпочати розробляти заходи стратегічного реагування на загрозливий виклики сьогодення. Основним завданням для українського народу та уряду стає створення ефективної моделі відновлення країни, в основу якої повинен бути закладений найкращий світовий досвід відновлення країн після стихійних лих та військових конфліктів із використанням сучасних цифрових інструментів. Узагальнюючи світовий досвід щодо повоєнного відновлення, можна виділити такі основні напрями відбудови країни, в.ч.:

1) першочергове відновлення базової інфраструктури та об'єктів в деокупованих та постраждалих від військової агресії регіонах. Створення базових транспортних, енергетичних та тимчасових житлових моделей в регіонах. Фінансова підтримка повинна стимулювати зростання економіки регіону та відновленню робочих місць;

2) надання соціальних послуг для населення. Переформатування закладів охорони здоров'я та освіти, для поліпшення медичних та освітніх послуг в регіонах, що буде стимулювати повернення населення в країну. Забезпечення максимально простої економічної реінтеграції в суспільство певних категорій людей, таких як внутрішньо переміщені особи, демобілізовані учасники бойових дій та інші вразливі групи населення;

3) здійснення структурних реформ для макроекономічної стабільності та подальшого економічного зростання. Впровадження інноваційних технологічних рішень, шляхом використання цифрових та

«зелених» технологій. Створення сприятливого середовища для вітчизняного бізнес-середовища, шляхом антикорупційних заходів та верховенства права, запровадження пільгових умов для відновлення роботи малого та середнього бізнесу.

Ключовими принципами, які повинні бути дотримані при побудові стратегічної моделі повоєнного відновлення України за словами президента В.Зеленського «це максимальна безпека, максимальна технологічність, максимальне дотримання екологічних стандартів, максимальне застосування «зелених» технологій, максимальна реалізація принципів безбар'єрності; максимальна спрямованість на інтереси громад, максимальна прозорість – при плануванні, використанні коштів, відборі проєктів» [2].

Для врахування потреб різних рівнів повоєнного відновлення- від найнижчого рівня відновлення базових потреб населення до вирішення проблем великої відбудови та забезпечення подальшого економічного розвитку громад, регіонів та всієї країни необхідна максимальна цифровізація процесу відбудови. Створення цілісної архітектури взаємопов'язаних цифрових інструментів та рішень забезпечить ефективне управління, об'єднання зусиль багатьох стейкхолдерів, прозорість та підзвітність перед громадськістю та донорами [3]. Це можливо з використанням існуючих в Україні цифрових рішень (реєстрів, систем, аукціонів тощо) з високими стандартами якості, відкритості, підзвітності та ефективності.

Для швидкого початку відновлення базової інфраструктури в деокупованих та постраждалих регіонах якісним рішенням став запуск цифрового інструменту – реєстру знищеного та пошкодженого майна (РПЗМ), який забезпечив об'єктивне фіксування та надання компенсації громадянам для відновлення їх пошкодженого житла. Реєстр є офіційною базою верифікованої інформації про пошкодження внаслідок військових дій та обстрілів, який в подальшому буде використаний для подання в міжнародні суди позовів проти росії для отримання репарацій та відшкодування збитків.

Для початку масштабної відбудови в регіонах важливим є запуск в тестовому режимі цифрового інструменту DREAM, який є системою управління відбудовою і функціонал якої передбачає широкі можливості для моніторингу від етапу відбору проєктів до завершення реалізації кожного з них. Його використання забезпечує прозорість відбудови для громадської спільноти, донорів та експертів. Саме через систему DREAM здійснювалося подання перших проєктів органами місцевого самоврядування для фінансування з Фонду ліквідації наслідків збройної

агресії- це школи, лікарні, багатоквартирні будинки та житлово-комунальна інфраструктура.

Більш системний інструмент — Програма комплексного відновлення територій. Вона базується на основі зібраних даних та визначає основні просторові містопланувальні та соціально-економічні пріоритети відновлення тої чи іншої громади. Такі програми комплексного відновлення накопичуються в Єдиній державній електронній системі у сфері будівництва (ЄДЕССБ), яка найближчим часом стане основним надважливим інструментом для відновлення, адже цифровізує всі будівельні процеси в країні та містить повну інформацію про суб'єктів та об'єкти будівництва та під'єднана до всіх державних реєстрів [4].

Таким чином, для ефективного та швидкого відновлення нашої країни необхідно постійне розширення сфери використання цифрових інструментів. Це дозволить зменшити корупційні ризики на різних рівнях управління, підвищить ефективність використання залучених ресурсів для відновлення, збільшить прозорість процесів відновлення та сприятиме залученню світової спільноти підтримувати Україну та долучатися до програм відновлення України. Фінансова підтримка та інвестиції в відновлення України – це інвестиції в майбутню безпеку та економічну стабільність Європи та світу.

Інформаційні джерела

1. Україна швидко оцінка завданої шкоди та потреб на відновлення. Світовий Банк, Уряд України, Європейський Союз, Організація Об'єднаних Націй, 2023. URL: <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/>.
2. Зеленський В., Промова Президента України на міжнародній конференції з питань відновлення України в Лугано. 2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/vidbudova-ukrayini-bude-najbilshim-vneskom-u-pidtrimku-globa-7626>.
3. Шаповал Н., Федосєєнко М., Грибановський О., Терещенко О., Повоєнне відновлення України. Нові ринки та цифрові рішення. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/09/Digital-instruments-in-Ukrainianrecovery.pdf>.
4. Шуляк О. (2023) Цифровізація відбудови: як зробити процес максимально прозорим. URL: <https://thepage.ua/ua/experts/yak-zrobiti-proces-vidbudovi-ukrayini-maksimalno-prozorim>.

ДИСТРИБУТИВНО-ЛАГОВА МОДЕЛЬ ЗАЛЕЖНОСТІ ВЕЛИЧИНИ ВАЛОВОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ДОХОДУ ВІД ВАЛОВОГО ПРИБУТКУ УКРАЇНИ

Литвин Ю., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.М. Зомчак**
Львівський національний університет ім. Івана Франка

Валовий національний дохід (ВНД) є макроекономічним показником, який відбиває сумарну вартість товарів та послуг (у цінах реалізації), що надходять у розпорядження певної країни за певний проміжок часу (зазвичай за рік). Валовий прибуток є одним з компонентів ВНД. Він включає в себе прибуток від підприємницької діяльності, який отримують підприємства та фірми за свою діяльність.

Тому, можна сказати, що величина ВНД залежить від величини валового прибутку. Чим вищий валовий прибуток, тим вищим буде ВНД, але для кількісного оцінювання такої залежності необхідно скористатись методами економіко-математичного моделювання.

Серед економіко-математичних методів, які застосовують в макроекономіці, можна виділити: методи машинного навчання [1], методи багатовимірною статистичного аналізу [2], методи просторового моделювання [3], економетричні методи [4] тощо.

Дистрибутивно-лагові та авторегресійні моделі є популярними методами в аналізі часових рядів та прогнозуванні [5]. Вони використовуються для моделювання та прогнозування залежностей між спостереженнями у часі. Ці моделі знаходять широке застосування у таких галузях, як економіка, фінанси, метеорологія, маркетинг, медицина та багато інших.

Дистрибутивно-лагові моделі базуються на ідеї декомпозиції часового ряду на трендову, сезонну та залишкову складові. Трендова складова відображає довгострокові зміни у ряді, сезонна - повторювані залежності, а залишкова - нерегулярні або стохастичні коливання. Використовуючи дистрибутивні методи, можна виявити та моделювати ці складові для отримання більш деталізованої інформації про часовий ряд.

Метод послідовного оцінювання, також відомий як рекурсивне оцінювання або прогнозування, є підходом до оцінювання параметрів моделі та прогнозування майбутніх значень на основі послідовних спостережень часового ряду. Його інтерпретація полягає у поступовому оновленні оцінок параметрів моделі з кожним новим спостереженням, що дозволяє отримувати актуальні та динамічні

оцінки. Для цього дослідження були взяті поквартальні показники валового національного доходу та валового прибутку за період 2014-2021 рр. [6].

Дистрибутивно-лагова модель залежності величини валового національного доходу від валового прибутку, оцінювання якої було проведено, містить факторну ознаку x_t та її лагову змінну x_{t-1} . Вона має такий вигляд:

$$y_t = 123451,4 + 1,470x_t + 0,498x_{t-1}.$$

Короткостроковий або впливовий мультиплікатор показує вплив величини очікуваного валового прибутку x на зміну величини валового національного доходу y у поточний період часу і дорівнює $0=1,470$, тобто у поточний період часу з кожної гривні, що надходить валовий національний прибуток, отримуємо 147 грн валового національного доходу.

Довгостроковий або загальний мультиплікатор показує вплив валового прибутку на зміну величини очікуваного валового національного доходу протягом двох періодів часу і дорівнює $\beta= 0+ 1 = 1,470 + 0,498 = 1,968$, тобто протягом двох періодів часу з кожної додаткової гривні, що надходить валовий національний прибуток, отримаємо 196,8 грн валового національного доходу.

Довгостроковий мультиплікатор за методом Койка для валового національного доходу та валового прибутку дорівнює 2,11, це означає, що при зміні валового національного доходу або валового прибутку на одиницю, очікується зростання або спадання трендової складової цих показників в 2,11 рази.

Тобто, при зростанні цього показника на одиницю, очікується зростання трендової складової валового національного доходу в 2,11 рази. Аналогічно, для валового прибутку, зміна на одиницю приведе до зростання або спадання трендової складової валового прибутку в 2,11 рази.

Інтерпретація довгострокового мультиплікатора валового національного доходу та валового прибутку залежить від контексту і досліджуваної галузі. Зростання трендової складової може вказувати на позитивну довгострокову динаміку і збільшення доходів або прибутку, тоді як спад може означати негативні економічні тенденції. Важливо провести подальший аналіз, оцінити інші фактори та контекст для повного розуміння впливу змін валового національного доходу та валового прибутку на трендову складову.

Використовуючи метод Альмон обчислили такі значення параметрів вибіркової множинної кореляційно-регресійної моделі: $a_0 = 1,226707$; $a_1 = 1,03619$; $a_2 = 0,264151$.

Ці оцінки вказують на значення коефіцієнтів у поліноміальній функції другого степеня, яка використовується для опису взаємозв'язку між валовим національним доходом та валовим прибутком.

Інтерпретація кожного коефіцієнта полягає в наступному:

$a_0 = 1,226707$: Цей коефіцієнт представляє значення ВНД, коли всі значення ВП рівні нулю. В даному випадку, якщо всі ВП рівні нулю, очікується, що значення ВНД буде приблизно 1.226707.

$a_1 = 1,03619$: Цей коефіцієнт вказує на зміну у ВНД при зміні одиниці ВП, за умови, що інші змінні залишаються постійними. У вашому випадку, очікується, що при збільшенні ВП на одиницю, значення ВНД збільшиться приблизно на 1.03619.

$a_2 = 0,264151$: Цей коефіцієнт представляє зміну у ВНД, пов'язану з квадратом значення ВП. У даному випадку, збільшення значення ВП на одиницю призведе до збільшення ВНД на приблизно 0.264151, ураховуючи інші змінні.

Інформаційні джерела

1. Zomchak L., Melnychuk V. Creditworthiness of Individual Borrowers Forecasting with Machine Learning Methods. In International Conference of Artificial Intelligence, Medical Engineering, Education. 2022. Cham: Springer Nature Switzerland. P. 553-561.

2. Vdovyn M., Zomchak L. Multidimensional Ranking and Taxonomic Analysis of the Regional Socio-Economic Development in Ukraine. In International Conference on Computer Science, Engineering and Education Applications. 2023. Cham: Springer Nature Switzerland. P. 361-370.

3. Зомчак Л., Коваль Л. Сталий розвиток регіонів України: просторово-панельний підхід. Інфраструктура ринку. 2022. 211-215.

4. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. 1 (105). С. 78-85.

5. Зомчак Л. М., Лапінкова А. О. Інфляційні процеси України: авторегресійна дистрибутивно-лагова модель. Цифрова економіка та економічна безпека. 2022. 1. С. 50-55.

6. Державна служба статистики України. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ОТРИМАННЯ БЛАГОДІЙНОЇ ТА ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ ПІДРОЗДІЛАМИ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ

Мазоренко М.В., аспірант

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.А. Поливана**
Державний біотехнологічний університет

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена потребою пришвидшення документального супроводу та оформлення надання благодійної та гуманітарної допомоги Збройним Силам України (далі за текстом – ЗСУ). Облік та аудит благодійної допомоги потрібен з метою контролю за своєчасним надходженням та раціональним використанням вказаної допомоги. Водночас, виникає питання того яким чином проводити облік та аудит благодійної допомоги таким чином щоб виконання таких функцій не перевантажувало уповноважених осіб та служби ЗСУ. Шляхом вирішення окресленої проблематики може виступати діджиталізація.

Розглянемо загальні питання обліку військового майна та охарактеризуємо ключові категорії обліку і діджиталізації. Облік військового майна поділяється на оперативний облік та облік за первинними документами. Оперативний облік військового майна ведеться у службах забезпечення органів військового управління за номенклатурою, встановленою начальниками відповідних служб забезпечення органів військового управління. Організація списання військового майна покладається на відповідних командирів (начальників) військових частин (установ, організацій). Діджиталізація розглядається нами, як інструмент залучення інформаційних та комп'ютерних технологій у процес ведення обліку та звітності. В контексті обліку надання та використання благодійної та гуманітарної допомоги діджиталізація може надати відповідь на наступні виклики:

1. Збільшення рівня прозорості контролю за надходженням та використанням благодійної та гуманітарної допомоги. Непоодинокі випадки розкрадання перепродажу чи втрати благодійної гуманітарної допомоги призводять до того що ЗСУ втрачає довіру волонтерів іноземних держав міжнародних організацій та інших надавачів вказаної допомоги. На сьогодні в нашій державі відсутній вироблений усталений правових механізм звітування щодо надходження благодійної і гуманітарної допомоги. Обов'язки проведення планових та позапланових звірок майна підрозділів ЗСУ не дозволяє повною

мірою висвітлювати картину обліку гуманітарної та благодійної допомоги.

В таких обставинах виникає потреба здійснення нагляду за правильним та раціональним використання благодійної допомоги. Діджиталізація може бути проявлена у створенні єдиного електронного реєстру благодійної та гуманітарної допомоги. Він може працювати наступним чином: Волонтери чи інші суб'єкти надання допомоги надають в реєстр дані про вид та обсяги благодійної і гуманітарної допомоги. Військові частини приймають вказану допомогу через акти приймання-передачі, які також заносяться в реєстр. Так само в реєстрі вносяться відомості стосовно виду та обсягу майна яке надходить до підрозділів в якості благодійної та гуманітарної допомоги. Таким чином вирішується проблематика контролю за прозорістю надходження і використання благодійної і гуманітарної допомоги. Подібні реєстри також на наше переконання дозволять полегшити функції НАЗК та НАБУ а також інших антикорупційних органів стосовно пошуку та виявлення корупційних правопорушень у сфері волонтерської діяльності.

2. Проблема документального оформлення отриманої благодійної та гуманітарної допомоги. Благодійна і гуманітарна допомога ЗСУ є надзвичайно різноманітною. Якщо взяти як приклад тільки одяг то існують десятки різноманітних позицій одягу які не передбачені номенклатурою речового забезпечення військовослужбовців. Тому, на практиці постають численні проблемні питання пов'язані із документальним оформленням отриманої благодійної допомоги та її подальшим використанням. Тобто, часто для отримання благодійної допомоги необхідно не лише прийняти таку допомогу за актами приймання-передачі а також і узгодити отримання допомоги з командуванням та оформити необхідну документацію в різних органах військового командування. Діджиталізація дозволить водночас пришвидшити документальне оформлення вказаних процесів та пришвидшить отримання узгоджень, так як інформацію та документи про надану підрозділам ЗСУ благодійну та гуманітарну допомогу можна буде передавати он-лайн через інформаційні технології.

3. Діджиталізація дозволить ефективно вирішити проблему пришвидшення проведення планових та позапланових звірок отриманої благодійної та гуманітарної допомоги. Чинне законодавство України передбачає, що майно яке надається військовим частинам не є їхньою власністю а лише перебуває на їх балансі відповідно до права оперативного управління (статті 3 Закону України «Про правовий

режим майна у Збройних Силах України»). Тому, передбачається обов'язок військових частин фіксувати надходження рух та вибуття майна а також періодично звітувати щодо вказаного майна та проводити звірки. В таких умовах додаткова благодійна та матеріальна допомога також відображається. І пришвидшити процеси фіксації надходження руху та облік у благодійної і гуманітарної допомоги допоможе діджиталізація. Наприклад, переведення в електронний формат книг обліку наявності та руху військового майна дозволить швидше вносити туди інформацію про благодійну та гуманітарну допомогу і водночас вирішить питання внесення змін та виправлень у вказані книги та оперативного надання уповноваженим особам доступу до їхнього змісту.

Таким чином, діджиталізація бухгалтерського обліку полегшить проведення всіх операцій пов'язаних з надходженням рухом та вибуттям благодійної і гуманітарної допомоги наданої військовим частинам ЗСУ. Отже, обрана тема залишається актуальною для подальшого дослідження та практичного впровадження.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Паккі А.Г., аспірант
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Т.Ф. Ларіна**
Державний біотехнологічний університет

На сучасному етапі функціонування економічних систем нерозривно пов'язане з цифровими технологіями, що сприяє трансформації управлінських підходів і підвищенню продуктивності. Цифрові технології виявляються ключовим інструментом вдосконалення бізнес-процесів у багатьох галузях і широкого впровадження цифрових рішень в усі сфери бізнесу.

Рівень цифровізації економіки України істотно відрізняється в різних галузях економіки. У таких сферах, як фінансові послуги, надання послуг зв'язку, логістика українські компанії використовують досягнення інформаційних технологій так само широко, як і закордонні конкуренти. Разом з тим, в ряді галузей інтенсивність використання цифрових технологій вкрай низька. До таких галузей економіки відносяться гірничодобувна промисловість, сільське господарство. Така ситуація є причиною істотно нижчих показників

продуктивності праці в таких галузях порівняно з європейськими державами [1].

Впровадження інформаційних технологій в організацію бізнес-процесів базується на електронному документообігу, та перетворення інформаційних ресурсів (даних) у засіб досягнення комерційних цілей.

Метою цифровізації бізнес-процесів є оптимізація наявного ресурсного потенціалу, витрат робочого часу та підвищення ефективності виконання бізнес-процесів, і відповідно, підвищення ефективності господарської діяльності.

Складовими процесу цифровізації є процедури:

- цифровізації типових виробничих процесів;
- контролю над виконанням робіт та якістю продукції;
- комунікації з командою і клієнтами, наявність та постійний розвиток зворотного зв'язку між суб'єктами підприємницьких відносин;
- логістика і поставки;
- цифровізації в сегменті процесів створення додаткової вартості товару, що включає оновлення виробничих процесів через інтеграцію інформаційних технологій у використанні баз даних, їх обробки та зберігання [2].

Однією з ключових переваг використання цифрових технологій у бізнесі є підвищення ефективності процесів за рахунок скорочення часу, потрібного для ведення бізнесу, шляхом автоматизації стандартних завдань і оптимізації внутрішніх операцій. Наприклад, управління запасами може бути оптимізоване за допомогою спеціальних програмних рішень, що дозволяє вести облік товарів у режимі реального часу та додатково зменшує витрати на зберігання запасів, а також підвищує рівень обслуговування клієнтів.

Впровадження цифрових технологій і бізнес-процеси дозволяє:

по-перше, автоматизувати стандартні операції та процедури. Це дозволяє зменшити людські помилки та підвищить продуктивність;

по-друге, цифрові технології оптимізують зв'язки з клієнтами. Впровадження онлайн-платформ, мобільних додатків і соціальних медіа дозволяє підприємствам задовольнити вимоги споживачів щодо поточного доступу до інформації та послуг, підтримувати постійний зв'язок з клієнтами й надавати їм персоналізовані послуги;

по-третє, цифрові технології за допомогою збору та аналізу великих обсягів даних, штучного інтелекту дозволяють прогнозувати попит, оптимізувати ланцюжки постачання, приймати ефективні стратегічні рішення та впроваджувати нові можливості для розвитку бізнесу;

по-четверте, цифрові технології сприяють зменшенню витрат і оптимізації бізнес-процесів. Впровадження хмарних технологій дозволяє підприємствам не обов'язково мати велику ІТ-інфраструктуру, що знижує витрати на обладнання та обслуговування.

Цифровізація бізнес-процесів (англ. digital work) передбачає використання цифрових інструментів у здійсненні діяльності бізнесорганізації, а не лише оцифрування масиву даних [2].

Головними перевагами цифрової трансформації для основних бізнес-процесів є зростання конкурентоспроможності продукції, лояльність клієнтів, швидка та гнучка комунікаційна політика, оптимізація використання ресурсів, зменшення витрат виробництва та збуту, для допоміжних і керівних бізнес-процесів – спрощення роботи з великими обсягами даних, контролю за якістю, прийняття управлінських рішень. Як і будь-яку інше явище, цифровізація має окрім переваг певні недоліки: потреба у високопрофесійних кадрах, необхідність підвищеної безпеки в цифровому середовищі, нестабільність переваг через інноваційність інструментів, висока вартість впровадження. Тому першим етапом здійснення цифрової трансформації має бути детальний збір інформації та оцінка як ризиків, так і перспектив [3].

Додатковою перевагою є підвищення точності прийняття рішень на основі аналізу великих масивів даних, що дозволяє виявити тенденції, прогнозувати попит на продукцію, визначати слабкі місця в бізнес-процесах і ідентифікувати стратегію підприємства. Цифрові технології також допомагають створити персоналізовані пропозиції для клієнтів і підвищити їх задоволення від співпраці з компанією.

Отже, цифрові технології стали невід'ємною частиною сучасного бізнесу та допомагають підприємствам вдосконалювати бізнес-процеси, знижувати витрати й підвищувати конкурентоспроможність. Цифрові технології надають можливість спростувати процеси обміну інформацією, забезпечуючи високу доступність даних і спільних ресурсів, що сприяє швидкому прийняттю управлінських рішень. Їх впровадження дозволяє підприємствам оптимізувати операції, залучати та задовольняти попит клієнтів, а також приймати обґрунтовані стратегічні рішення.

Загалом, цифрові технології вдосконалюють спосіб, яким бізнес здійснює операції та взаємодіє з клієнтами, що дозволяє підприємствам бути більш гнучкими, конкурентоспроможними та адаптованими до змін на ринку. Нарешті, цифрові технології відкривають нові можливості для розвитку бізнесу та створення інновацій. Це стосується як виробництва нових продуктів і послуг, так

і нових моделей бізнесу – за допомогою цифрових технологій компанії можуть ефективно впроваджувати концепцію штучного інтелекту та блокчейну. Однак необхідно також враховувати, що успішна цифрова трансформація вимагає інвестицій у навчання персоналу, забезпечення кібербезпеки та вибору правильних технологій, які відповідають конкретним потребам підприємства.

Інформаційні джерела

1. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 105–112.
2. Dergachova, V., Vorzhakova, Yu., Khlebynska, O. (2021). Organization of Business Processes in the Conditions of Digitalization, The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 14, 60-68. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-06>
3. Коробка С. В. Діджиталізація підприємницької діяльності. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна серія «Економічна». 2021. № 100. С. 88-95. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/view/17619>

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Пересада Н.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – доц. **О.Д. Тімченко**
Державний біотехнологічний університет

SWOT-аналіз – один із найпоширеніших аналітичних методів, який дозволяє в комплексі оцінити сильні й слабкі сторони компанії, а також можливості й загрози, що впливають на неї.

Для детального дослідження конкурентоспроможності було обрано ТОВ «МІЛАНА БЕРРІ», основним видом діяльності якого є вирощування ягід, горіхів, інших плодкових дерев і чагарників. У важкий для України час, коли російський агресор намагається знищити економіку нашої країни, це підприємство працює, надає робочі місця та наповнює бюджет.

Для загального бачення конкурентного положення фірми ТОВ «МІЛАНА БЕРРІ», побудуємо діаграму 1 (рис. 1). За допомогою побудованої діаграми видно, що компанії мають приблизно однакові позиції на ринку, але ТОВ «МІЛАНА БЕРРІ» все ж має деяке відставання від головних конкурентів.

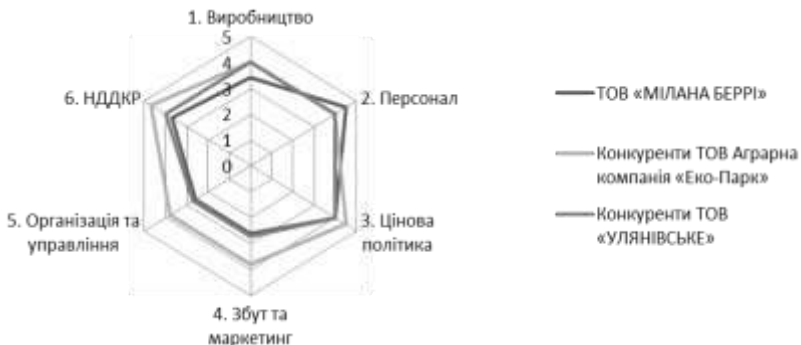


Рис. 1. Профіль конкурентної позиції TOB «МІЛАНА БЕРРІ»

В таблицях 1-3 представлений SWOT-аналіз різного рівня, що дозволяє отримати певні висновки щодо стратегічного розвитку підприємства.

Таблиця 1 – Якісний SWOT-аналіз (матриця початкового аналізу)

Сильні сторони	Слабкі сторони
Рівень цін; Можливість одержання економії від збільшення обсягу виробництва; Висока ефективність працівників та порівняно невисока оплата їх праці.	Відсутність чітких стратегічних напрямів; Поганий стан конкурентної позиції на ринку; Вузька галузь виробництва, обмеженість асортименту продукції.
Можливості	Загрози
Підвищення конкурентоспроможності на ринку за рахунок використання новіших технологій; Підвищення екологічної безпеки продукції; Розробка нових напрямів діяльності, впровадження нової продукції.	Міграція населення, скорочення чисельності населення в регіонах; Зменшення доходів населення; Загроза вузької, в порівнянні з конкурентами спеціалізації фірми та продукції.

Таблиця 2 – Кількісний SWOT-аналіз

Сильні сторони	Вага	Бал	Оцінка	Слабкі сторони	Вага	Бал	Оцінка
Рівень цін	0,4	5	2	Відсутність чітких стратегічних напрямів	0,3	-4	-1,2
Можливість одержання економії від збільшення обсягу виробництва	0,3	4	1,2	Поганий стан конкурентної позиції на ринку	0,3	-3	-0,9
Висока ефективність працівників та порівняно невисока оплата їх праці	0,3	4	1,2	Вузька галузь виробництва, обмеженість асортименту продукції	0,4	-4	-1,6
Разом			4,4	Разом			-3,7
Можливості	Вага	Бал	Оцінка	Загрози	Вага	Бал	Оцінка
Підвищення конкурентоспроможності на ринку за рахунок використання новіших технологій	0,3	3	0,9	Міграція населення, скорочення чисельності населення в регіонах;	0,3	-5	-1,5
Підвищення екологічної безпеки продукції;	0,2	4	0,8	Зменшення доходів населення;	0,2	-4	-0,8
Розробка нових напрямів діяльності впровадження нової продукції	0,5	5	2,5	Загроза вузької, в порівнянні з конкурентами спеціалізації фірми та продукції	0,5	-4	-2
Разом			4,2	Разом			-4,3

Таблиця 3 – Кореляційний SWOT-аналіз

	Сильні сторони	Слабкі сторони
	Рівень цін; Можливість одержання економії від збільшення обсягу виробництва; Висока ефективність працівників та порівняно невисока оплата їх праці.	Відсутність чітких стратегічних напрямів; Поганий стан конкурентної позиції на ринку; Вузька галузь виробництва, обмеженість асортименту продукції.
Можливості	Вказує які переваги слід використати, щоб отримати віддачу з-зовні	Вказує за рахунок яких чинників зовнішнього середовища можна подолати слабкі сторони
Підвищення конкурентоспроможності за рахунок використання новітніх технологій; Підвищення екологічної безпеки продукції; Розробка нових напрямів діяльності, впровадження нової продукції.	Розробка нових напрямів діяльності, впровадження нової продукції для заохочення нових клієнтів та покращення конкурентного становища	Вкладання коштів на покращення якості (екологічна безпека) та впровадження нового виду продукції
Загрози	Вказує як можна використати переваги для нейтралізації загроз з-зовні	Вказує від чого слід відмовитись, щоб мінімізувати негативні чинники зовнішнього середовища
Міграція населення, скорочення чисельності населення; Зменшення доходів населення; Загроза вузької, в порівнянні з конкурентами спеціалізації фірми та продукції.	Стимулювання висококваліфікованих спеціалістів (премії, надбавки і т.д.); Підтримка прийнятної ціни, що дає перевагу серед конкурентів	Розробити чіткі стратегічні напрями та розглянути можливість щодо розширення (компанія вирощує лише один вид продукції, що негативно впливає на її конкурентоздатність)

З використанням якісного, кількісного та кореляційного SWOT-аналізу визначено такі стратегічні дії стосовно впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства з урахуванням його сильних та слабких сторін:

- розробити чіткі стратегічні напрями та розглянути можливість щодо розширення, розробити план щодо вирошування нового виду угоди;

- стимулювати висококваліфікованих спеціалістів (премії, надбавки та ін.);

- слідкувати за розробками та новинами у сфері сільського господарства, що даватиме можливість ефективно використовувати новітні технології;

- підтримувати місцеві екологічні організації та забезпечувати екологічну безпеку продукції тощо.

МОДЕЛЮВАННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ПЛОЩІ ЖИТЛОВИХ БУДІВЕЛЬ В РОЗРІЗІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Полівода Н., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.М. Зомчак**
Львівський національний університет ім. Івана Франка

Економетричне моделювання загальної площі житлових будівель може бути використано для прогнозування попиту на житло, для оцінки впливу різних факторів на ринок житла, для розробки політики щодо розвитку житла, для визначення того, які заходи необхідні для стимулювання будівництва житла тощо.

Серед різноманітних економетричних методів можна виділити такі: панельне моделювання [1], логістична регресія [2], симульативне моделювання [3], просторове моделювання [4] тощо.

Аналіз на мультиколінеарність є важливим етапом при дослідженні взаємозв'язків між змінними у моделі та має наступні цілі:

- 1) Виявлення проблеми: Аналіз на мультиколінеарність допомагає виявити наявність сильно корельованих змінних в наборі даних. У цьому випадку, можливо, що змінні, такі як обсяг виробленої будівельної продукції (X_1) та обсяг капітальних інвестицій у будівництво (X_2), можуть бути сильно залежними одна від одної. Це може вказувати на проблему мультиколінеарності.

- 2) Вплив на оцінки параметрів: Мультиколінеарність може призводити до невизначеності і неточності оцінок параметрів моделі.

Наприклад, у розглянутій моделі, мультиколінеарність між X_1 і X_2 може ускладнити визначення, яка з цих змінних має більший вплив на динаміку загальної площі житлових будівель (Y). Аналіз на мультиколінеарність дозволяє оцінити, як це впливає на точність та надійність результатів.

3) Інтерпретація результатів: Мультиколінеарність може ускладнити інтерпретацію взаємозв'язків між змінними. Якщо виявлена мультиколінеарність, необхідно розробити стратегію управління цією проблемою, наприклад, шляхом виключення однієї з корельованих змінних або використання альтернативних методів моделювання.

Розглянемо приклад регресійної моделі. Модель має такий вигляд:

$$Y = 57168,87 - 4,47x_1 + 0,17x_2 - 0,0477x_3 + 22,34x_4$$

де Y - загальна площа житлових будівель, x_1 - обсяг виробленої будівельної продукції, x_2 - обсяг капітальних інвестицій у будівництво за регіонами, x_3 - чисельність населення по регіонах, x_4 - обсяг реалізованих послуг. Дані зібрано за 2022 рр. [5].

У рамках алгоритму Феррара-Глобера спершу виконується стандартизація (нормалізація) змінних. Вектори незалежних змінних моделі позначаються як X_1 , X_2 та X_3 . Після цього використовується формула для подальшого аналізу:

$$x_{ik}^* = \frac{x_{ik} - \bar{x}_k}{\sqrt{r\sigma_{xk}^2}}$$

де \bar{x}_k - середнє арифметичне k -ї пояснювальної змінної; $r\sigma_{xk}^2$ - дисперсія k -ї пояснювальної змінної.

Наступним кроком знаходиться кореляційна матриця r . Після цього розраховується критерій Пірсона χ^2 за формулою:

$$\chi^2 = -\left[n - 1 - \frac{1}{6}(2m + 5)\right] \ln |r|$$

Значення критерію порівнюємо з табличним при $\frac{1}{2} * m(m - 1)$ ступенях свободи і рівні значущості α . Якщо $\chi_{\text{факт}} > \chi_{\text{табл}}$, то в масиві пояснювальних змінних існує мультиколінеарність. В нашому випадку мультиколінеарність присутня, оскільки $55,57 > 6,81$.

Для визначення кількості ступенів свободи необхідно розрахувати матрицю помилок S . Наступним кроком є обчислення F - критерію за відповідною формулою:

$$F_k = (c_{kk} - 1) \frac{n-m}{m-1}$$

Для змінної, яка відповідає F1, обчислене значення (38,91) перевищує критичне значення F (26,68). Це свідчить про статистично значущу мультиколінеарність між цією змінною та іншими змінними в моделі. Для змінної, яка відповідає F2, обчислене значення (3,14) менше критичного значення F (26,68). Це означає, що між цією змінною та іншими змінними в моделі немає статистично значущої мультиколінеарності. Для змінної, яка відповідає F3, обчислене значення (5,39) також менше критичного значення F (26,68). Це означає, що між цією змінною та іншими змінними в моделі немає статистично значущої мультиколінеарності. Для змінної, яка відповідає F4, обчислене значення (33,05) перевищує критичне значення F (26,68). Це свідчить про статистично значущу мультиколінеарність між цією змінною та іншими змінними в моделі.

Отже, на підставі наданих даних можна зробити висновок, що в моделі спостерігається статистично значуща мультиколінеарність між змінними, що відповідають F1 та F4, тоді як змінні, що відповідають F2 та F3, не проявляють статистично значущої мультиколінеарності. Це вказує на необхідність подальшого вдосконалення моделі шляхом включення або виключення певних змінних для поліпшення її точності та надійності.

Коефіцієнт детермінації для кожної змінної:

$$R_{xk}^2 = 1 - \frac{1}{c_{kk}}$$

Результат: $R1^2 = 0,85$, $R2^2 = 0,32$, $R3^2 = 0,44$, $R4^2 = 0,83$.

Останнім кроком є обчислення t-критеріїв відповідно до формули:

$$t_{kj} = \frac{r_{kj}\sqrt{n-m}}{\sqrt{1-r_{kj}^2}}$$

Якщо t (факт) $>$ t (табл), то мультиколінеарність є, якщо навпаки – мультиколінеарності немає.

З метою усунення мультиколінеарності прийняли рішення вилучити факторну ознаку X3 з моделі. Після цього знову оцінили статистичну значущість коефіцієнтів.

Після вилучення факторної ознаки X3 з моделі, провели заново оцінку статистичної значущості коефіцієнтів регресії. Виявилось, що всі залишаються статистично значущими на рівні довіри 90%.

Інформаційні джерела

1. Zomchak L., Vdovyn M., Deresh O.. Regional Economic Development Indicators Analysis and Forecasting: Panel Data Evidence from Ukraine. In The

International Conference on Artificial Intelligence and Logistics Engineering. 2023. Cham: Springer Nature Switzerland. P. 217-228.

2. Zomchak L., Starchevska I. Macroeconomic Determinants of Economic Development and Growth in Ukraine: Logistic Regression Analysis. In The International Symposium on Computer Science, Digital Economy and Intelligent Systems. 2022. Cham: Springer Nature Switzerland. P. 358-368

3. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. 1 (105). С. 78-85.

4. Зомчак Л., Коваль Л. Сталий розвиток регіонів України: просторово-панельний підхід. Інфраструктура ринку. 2022. С. 211-215.

5. Державна служба статистики України. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Проценко С.В., здоб. ОС «магістр»

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

Виробничий потенціал підприємства визначається якісним складом основних засобів, їх віком, ступенем зносу та темпами, якими відбувається їх оновлення. Основні засоби забезпечують виробничий процес, визначають інноваційність технологій, матеріало- та енергомісткість виробництва, конкурентоспроможність продукції та можливості підприємства щодо розвитку ринку.

Основні засоби виступають одним із основних факторів виробництва. Джеджула В.В., Спіфанова І.Ю., Волоська Н.Р. наголошують, що основні засоби визначають характер матеріально-технічної бази виробничої сфери на різних етапах її розвитку. Такі характеристики основних засобів як технічний рівень, їх якість, ступінь надійності та рівень продуктивності визначають не лише доцільність заміни основних засобів, а й забезпечують конкурентні переваги продукції, структуру виробничих витрат і рівень продуктивності праці. Крім того, ці показники виступають головними вимогами при здійсненні заміни основних засобів [1].

При управлінні основними засобами використовують такі підходи управління: функціональний, процесний, стратегічний, системний, ситуаційний.

Функціональний підхід в управлінні основними засобами реалізується через виконання класичних функцій управління (планування, організація, мотивування та контроль) та специфічних функцій, які визначаються об'єктом управління – основними засобами.

Управління основними засобами при здійсненні планування передбачає здійснення стратегічного, тактичного і операційного планування, включаючи планування придбання та введення в дію основних засобів, обґрунтування джерел забезпечення відтворювальних процесів, створення належних умов експлуатації основних засобів тощо [2]. Функція організації передбачає розроблення та здійснення заходів з організації з використання основних засобів: розміщення основних засобів, підготовка та навчання персоналу, ефективне використання основних засобів в часі (інтенсифікація виробничих процесів).

Функція мотивації в управлінні основними засобами забезпечує підвищення зацікавленості персоналу в ефективному використанні основних засобів та мотивацію власників та менеджменту до включення у виробничі процеси інноваційних технологій.

Функція контролю в управлінні основними засобами передбачає забезпечення досягнення встановлених цілей або визначення відхилень фактичного стану від намічених орієнтирів, забезпечення функціонування основних засобів у визначеному режимі із визначеними результатами та розроблення за необхідності коригуючих управлінських впливів.

Процесний підхід будується на забезпеченні ефективності бізнес-процесів через визначення способів, якими можна реалізувати функції управління, послідовності виконання бізнес-процесів та побудови взаємозв'язків між окремими бізнес-процесами. Стратегічний підхід в управлінні основними засобами визначає довгострокові цілі розвитку через призму стратегічного управління, що дає можливість передбачити зміни зовнішнього середовища та адаптуватись до цих змін. Системний підхід будується на дослідженні управління основними засобами як системи. Система в цьому разі включає в себе усі складові елементи об'єкту управління і являє собою сукупність цілей, задач, методів і механізмів управління, що дозволяють через вплив на окремі елементи системи підвищити її загальну ефективність. Ситуаційний підхід в управлінні підприємствами дозволяє змінювати характеристики системи управління залежно від ситуації, на яку впливає ряд чинників, дія яких різноспрямована.

Управління основними засобами складний процес, що орієнтований на запобігання втрат і створення передумов для здійснення ефективної діяльності підприємства. Ефективне управління основними

засобами дозволяє забезпечити конкурентні переваги підприємству та оптимізувати витрати на виробництво продукції. Необхідність управляти процесами використання та відтворення основних засобів вимагає від менеджерів знання теоретичних засад здійснення управління основними засобами, що сприяє прийняттю виважених стратегічних, тактичних та операційних управлінських рішень.

Інформаційні джерела

1. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Волоська Н. Р. Сутність поняття «основні засоби». Східна Європа: економіка, бізнес та управління, 2021. С.127-131.
2. Ткачова С. С. Еволюція процесного підходу до операційної та управлінської діяльності підприємств. Вісник СумДУ. Серія "Економіка", 2020. С. 68-73.

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ОПТИМІЗАЦІЯ

Резніченко В.С., здоб. ОС «магістр»

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

В Україні грошові потоки є основним об'єктом управління на кожному підприємстві.

Здійснення будь-якої господарської діяльності супроводжується рухом грошових потоків. Це обумовлено тим, що існують ділові взаємини підприємства з іншими юридичними особами – покупцями та замовниками, банками, постачальниками та підрядниками, покупцями і замовниками, бюджетом та позабюджетними фондами, а також із власним персоналом.

Управління грошовими потоками має значний вплив на фінансово-господарську діяльність підприємств, оскільки в управління грошовими потоками закладені основні джерела отримання високих фінансових результатів, тобто є можливість збільшити розмір прибутку. Грошові потоки беруть участь у всіх аспектах фінансово-господарської діяльності підприємства; сприяють фінансовій рівновазі підприємства на кожній стадії життєвого циклу; дають можливість знизити потребу в позиковому капіталі; впливають на прискорення оборотності капіталу; зменшують ризик неплатоспроможності.

Основними положеннями, які визначають необхідність ефективного управління грошовими потоками є такі [1]:

1. Грошові потоки обслуговують економічно-господарську діяльність підприємства майже в усіх її сферах. Грошовий потік є певною системою «фінансового кровообігу» господарського організму підприємства

2. Грошові потоки сприяють зміцненню фінансової рівноваги підприємства в умовах стратегічного розвитку. Фінансова стабільність підприємства та темпи розвитку в основному залежать від того на скільки різні види грошових потоків є синхронізовані між собою за обсягами і в часі.

3. Грошові потоки забезпечують підвищення ритмічності операційного процесу підприємства. Навіть незначний збій під час здійснення платежів негативно посприє на реалізацію продукції, рівні продуктивності праці, формування виробничих запасів сировини і матеріалів.

На багатьох підприємствах існують проблеми оптимізації управління грошовими потоками. Для наших підприємств характерна наявність нестачі грошових коштів. Коли підприємство має менше коштів, ніж мінімально необхідний запас, то не може здійснити швидке покриття своїх найбільш термінових зобов'язань. Тому, щоб виправити цю ситуацію, значна кількість підприємств впроваджує такі очевидні заходи, як підвищення цін або зменшення інвестицій, а відмова від інвестицій уповільнює розвиток підприємства [2].

Підприємствам необхідно автоматизувати управління та контроль за рухом грошових коштів. Тому потрібно впровадити систему управління грошовими потоками, яку можна застосувати на наших підприємствах. Ця система використовує такі основні інструменти, як оперативне планування потоків грошових коштів, управління оборотними фондами підприємства, бюджетний контроль заявок на витрату фінансових ресурсів і план-факторний аналіз. Також управління потоками грошових коштів відбувається завдяки розрахунку та плануванню необхідного обсягу грошових коштів у кожен момент часу та визначення періодів, коли очікується їх недолік або надлишок, дозволяючи уникнути кризових ситуацій та розумно використовувати ресурси компанії [3].

Отже, від того, чи буде правильно організована система управління грошовими потоками, залежить продуктивність роботи підприємства. Саме тому в роботі визначено основні методи управління грошовими потоками за допомогою яких можливе ефективне використання грошових коштів та підтримання їх оптимального залишку. Також проаналізовано ряд інструментів, використання яких дозволить уникнути кризових ситуацій і

раціонально використовувати ресурси підприємства. Важливість і значення ефективного управління грошовими потоками на підприємстві велика, оскільки від його якості залежить як стійкість підприємства в конкретний період часу, так і здатність до подальшого розвитку, досягнення фінансового успіху із тривалою перспективою.

Інформаційні джерела

1. Біла О. Г. Фінансове планування і фінансова стабільність підприємств. Фінанси України, 2020. № 4. С. 112-118
2. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2019. 520 с
3. Семенов Г. А., Бугай В. З., Семенов А. Г. Фінансове планування і управління на підприємствах : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2017. – 432 с.

АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Сичова В. А., здоб. ОС «магістр»

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

24 лютого 2022 року відбулось неспровоковане повномасштабне вторгнення росії на територію України. З початку війни втрати є величезними, тому в рамках Національної ради з питань відновлення України від наслідків війни було здійснено попередню оцінку втрат України від війни з росією. Прямі збитки завдані інфраструктурі української енергетики за попередніми оцінками Національної ради з питань відновлення України від наслідків війни складають 49,5 млрд грн або 1,8 млрд доларів. Загальні непрямі втрати сектору електроенергетики від початку війни оцінюються у 340,3 млрд грн. У секторі електроенергетики основні втрати (70%) належать сектору генерації. Основний фактор втрат у електроенергетичному секторі – це зниження обсягів споживання електроенергії. Внаслідок бойових дій відбулося значне скорочення попиту, що зумовлено значним падінням промислового виробництва (особливо металургійного), зниженням обсягів вантажних перевезень електрифікованим транспортом та загальним зниженням економічної активності. Крім того, профіль споживання електроенергії суттєво змінився за рахунок переміщення споживачів в західні області країни [1].

Україна навчилась перетворювати будь-яку кризу – на можливість. В енергетичній галузі як приклад, обстріли призвели до нарощення компаніями автономності, енергоефективності та енергозбереження, прискореного переходу на відновлювані джерела енергії. Локальна генерація стала новим трендом. Виклики, з якими енергетична система України стикається зараз та стикнеться в майбутньому, – безпрецедентні. Мова йде про руйнацію, знищення енергетичної інфраструктури, окремих секторів енергетичної системи, що відбувається на фоні опосередкованих та не менш важливих факторів, як от загальний економічний спад в країні, падіння світової економіки, криза у відтоці робочої сили з країни, інвестицій тощо.

Основна задача – вистояти в моменті та бути готовими до відбудови в майбутньому. Важливо, що зважаючи на унікальність реалій, Україна має концентруватися на побудові цілком нової архітектури післявоєнної енергетичної системи, аніж намагатися безсистемно відбудовувати зруйноване. Це унікальний випадок в сучасній історії і треба повернути його на свою користь [2, 3].

У Нью-Йорку під час зустрічей з представниками флагманів світового бізнесу – U.S. Steel, JP Morgan, General Electric, MUFG Bank, Honeywell, Halliburton була обговорена зацікавленість Україною як інвестиційним напрямком. Загалом для інвестора цікаві, насамперед, сектори, де створюється висока додана вартість, продукція яких може бути конкурентною на світових ринках. Електроенергетика є однією з 10 галузей України, які мають суттєвий інвестиційний потенціал (\$177 млрд інвестиційного потенціалу). Ця галузь приваблива тим, що може генерувати десятки, а, можливо, і сотні гігават "зелених" електричних потужностей і мільйони тонн "зеленого" водню. Наразі команда Advantage Ukraine вже опрацьовує близько 50 запитів від міжнародних стратегічних та портфельних інвесторів щодо перспективних напрямків інвестування та поглиблення співпраці з вітчизняними підприємствами державного та приватного секторів. Найбільше інвестиційними можливостями в Україні цікавляться представники США, Німеччини, Великобританії, Польщі та Туреччини.

Вже зараз є актуальним питання опрацювання, зокрема, четвертого енергетичного пакета ЄС «Чиста енергія для всіх європейців» – законодавчих ініціатив, що є одним з етапів виконання Стратегії створення Енергетичного союзу. Він може стати важливим посібником у відбудові та реформуванні енергетичної системи України. Роботу над його впровадженням в українські реалії слід починати вже зараз. Серед конкретних дій, які слід буде здійснити в цьому напрямі, необхідно виділити наступні:

1. створити законодавче поле для функціонування енергетичних спільнот домогосподарств за прикладом таких в ЄС – об'єднання громадян, яке виробляє електроенергію для власних потреб;

2. створити законодавче поле для повноцінного функціонування агрегаторів в Україні – фізичних чи юридичних осіб, які об'єднують виробників відновлюваних джерел енергії, з метою подальшого спільного продажу ними виробленої електроенергії;

3. забезпечити можливість горизонтальної торгівлі – прямого продажу електроенергії від виробника до споживача [4].

В умовах військової кризи альтернативні джерела енергії можуть відігравати вирішальну роль у забезпеченні доступності основних послуг та задоволенні енергетичних потреб населення. Серед методів, які використовуються в Україні після 24 лютого 2022 року, можна застосовувати і в повоєнних умовах наступні: диверсифікація джерел енергії, яка може включати поєднання відновлюваних джерел енергії (сонячна, вітрова та геотермальна) разом із звичайними джерелами (природний газ, нафта та вугілля), що зменшує залежність від одного джерела енергії; розвиток накопичення енергії: резервне живлення у разі збою в електромережі; створення мікромереж: для забезпечення локального виробництва електроенергії та можливості зберігання в критичних ситуаціях, коли основна мережа не працює. Це може включати сонячні та вітрові енергетичні системи спільного користування в поєднанні з накопичувачем акумуляторів і резервними генераторами [5].

Як висновок, можна підсумувати, що основною метою нашої держави після закінчення війни стане відбудова. За умови правильного систематичного стратегічного підходу, перемога у війні надасть перспективне вікно можливостей для перебудови енергетичної системи України. На практиці це вікно – наявність тренду інвестування в Україну, втім цей тренд не може стати результативним сам по собі. Вже зараз потрібно проводити реформи, щоб він був підкріплений, по-перше, наявністю комплексного, аналітичного, критичного та глобального підходу до побудови своєї нової післявоєнної енергетичної системи, а по-друге, загальним високим правовим рівнем нашої держави.

Інформаційні джерела

1. Звіт про прямі збитки інфраструктури, непрямі втрати економіки від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України, та попередня оцінка потреб України у фінансуванні відновлення. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/07/NRC_CLEAN_Final_Jul1_Losses-and-Needs-Report.pdf

2. Чому варто інвестувати в Україну. URL: <https://eba.com.ua/chomu-varto-investuvaty-v-ukrayinu/>

3. Країна можливостей: чому інвестор прийде в Україну. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/29/691997/index.amp>

4. Україна має шанси збудувати нову післявоєнну енергетичну систему та залучити великі інвестиції в електроенергетику. URL: <https://golaw.ua/ua/insights/publication/ukrayina-maye-shansi-zbuduvati-novu-pislyavoyennu-energetichnu-sistemu-ta-zaluchiti-veliki-investicziyi-v-elektroenergetiku/>

5. Драчук, Ю. З., Яворська, М. К., & Зеркаль, А. В. (2023). Аспекти розвитку нової енергетичної стратегії в Україні: європейський досвід використання розподіленої генерації. ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК ДОНБАСУ, 1 (71), 36–46. [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2023-1\(71\)-36-46](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2023-1(71)-36-46).

ЦИФРОВА СПРОМОЖНІСТЬ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Черкашина Ю.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Таран**
Державний біотехнологічний університет

Сталий розвиток територій будь-якого рівня – глобального, національного чи субрегіонального залежить від низки факторів і, зокрема, стану економіки, сучасних підходів до управління громадою, застосування новітніх інноваційних технологій. При цьому, цифровізація є вимогою часу та обумовлена завданнями і цілями головної реформи державного управління. Цифрова трансформація регіонів зазначена серед пріоритетних цілей, визначених у Державній стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки [1]. Цифрова трансформація суспільства і викликані нею зміни в організації влади суттєво вплинули на розвиток територіальних громад, що утворились у процесі децентралізації влади в Україні.

Цифровізація є процесом використання технологій та інформаційних систем для покращання та ефективності різних сфер життя. Процес цифровізації має суттєвий вплив на сталий розвиток громад, що є одним з ключових питань для забезпечення їх спроможності. Зміни в технологічному середовищі надають багато можливостей для розвитку інфраструктури та підвищення ефективності процесів. Нові технології допомагають громадам покращити доступ до інформації та надавати мешканцям країни та доступніші послуги. Цифрові інструменти, такі як веб-сайти та мобільні додатки, допомагають полегшити спілкування між місцевим

населенням і владою. У зв'язку з цим цифровізація сприяє розвитку інформаційного суспільства громади, надаючи жителям інформацію, необхідну для прийняття обґрунтованих рішень [2].

Міністерство цифрової трансформації ставило наступні цілі до 2024 року [3]: 100 % публічних послуг мають бути доступні громадянам та бізнесу онлайн; 95 % транспортної інфраструктури, населених пунктів та їхні соціальні об'єкти мають мати доступ до високошвидкісного Інтернету; 6 млн. українців мають бути залучені до програми розвитку цифрових навичок; доля ІТ-продукту у ВВП країни має складати не менше 10 %.

Позитивними сторонами цифрової спроможності територіальних громад є [4, с.73-74]: 1) широке використання сучасних інформаційних технологій для досягнення необхідного рівня ефективності та результативності; 2) можливість прийняття ефективних управлінських рішень (збирати та зберігати статистику за багато років, аналізувати дані, за якими можна відразу спланувати дії й оперативно відреагувати на виклики громади); 3) виявлення кращих практик (враховуючи дані з попередніх років, наявність прогнозів на наступні періоди дає можливість скласти план дій для отримання оптимально ефективного результату); 4) можливість обміну уніфікованими документами; 5) зменшення корупційних ризиків на всіх рівнях і за всіма напрямками (громадяни не спілкуються безпосередньо з представниками влади, а отримують послуги онлайн);

б) процес контролю і прозорості (в управлінні й аналізі прийнятих рішень).

Отож, посилення цифрової спроможності територіальної громади означає процес створення електронних сервісів для більш ефективних управлінських рішень та надання якісних послуг в середині територіальної громади та перетворення їх у прогресивні «цифрові» громади [5]. Поняття «цифрова» громада використовується в якості узагальненого визначення організації управління органів місцевої влади на основі процесів і механізмів цифровізації [6, с.132]. «Цифрову» громаду складають громадяни, які розуміють важливість впровадження цифрових технологій та інновацій, що полегшують життя покращують і розвивають громаду. Це постійна взаємодія між органами влади і мешканцями, яка сприяє визначенню пріоритетів розвитку та вирішенню проблем. Роль цифрових технологій та інструментів полягає в тому щоб зробити цей процес простішим та доступнішим.

Основні аспекти цифровізації територіальної громади засновані на принципах концепції Good Governance, зокрема [7, с.141-142; 8, с.15-16]: 1) залучення громади до ухвалення важливих рішень (безпосередньо, та опосередкованою за допомогою легітимізованих посередницьких інституцій); 2) відкритість і прозорість (передбачає забезпечення публічного доступу до інформації та сприяє розумінню того, як здійснюється діяльність в територіальній громаді. Інформація щодо рішень, реалізацію політики та результати, є доступною з можливістю постійного використання); 3) підзвітність (всі учасники процесу прийняття рішень, колективні та індивідуальні, несуть відповідальність за власні рішення); 4) інноваційність та відкритість до змін (передбачає забезпечення отримання переваг від нових рішень та кращих практик, а саме існує готовність реалізовувати пілотні та випробовувати нові програми і вивчати досвід інших); 5) зворотний зв'язок, чутливість (забезпечення задоволеності законних очікувань та потреб територіальної громади – завдання, правила, структури та процедури пристосовані до законних очікувань та потреб територіальної громади); 6) ефективне управління фінансами (для забезпечення раціонального та продуктивного використання ресурсів держави і територіальної громади); 7) доступність та ефективність муніципалітету, його готовність до консенсусу з громадою та здатність «почути кожного» (принцип ефективності та результативності характеризує найбільш ефективне використання ресурсів щодо задоволення потреб територіальної громади).

Інформаційні джерела

1. Коваленко, С.В. (2022). Розвиток територій на засадах цифровізації. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: право, публічне управління та адміністрування, (5). URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2022-5-02-04>

2. Пасмор Ю. В. Цифрова трансформація науки – драйвер сталого розвитку. Сорокові економіко-правові дискусії : міжнар. наук.-практ. Інтернет конф., 24 верес. 2019 р. Львів, 2019. С. 54–57.

3. Liga.net. План розвитку digital-економіки. Документ URL: <https://tech.liga.net/technology/article/tsifrovaya-zeukraina-plan-razvitiya-digital-ekonomikidokument>

4. Литвин Н. А., Крупнова Л. В. (2020) Діджиталізація як засіб підвищення відкритості, прозорості та ефективності діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо надання електронних послуг. Ірпінський юридичний часопис: науковий журнал, vol. (2), pp. 69 – 75.

5. Як створити громаду у смартфоні?: необхідні інгредієнти. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/12600?page=3> (Accessed 29 May 2021).

6. Квітка С., Новіченко Н., Гусаревич Н., Піскоха Н., Бардах О. Демошенко Г. (2020) Перспективні напрямки цифрової трансформації публічного управління. Аспекти публічного управління, vol. 8(4), pp. 129–146.

7. Гук А. (2018) Бенчмаркінг доброго врядування: практичний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво «Юстон», 60 с.

8. Шаульська Г.М. (2019) Принципи «належного врядування»: перспективи впровадження в Україні. Держава та регіони: державне управління, vol. 2 (66), pp.140 – 143.

9. Kashchena N, Nesterenko I. Digitalization of the innovative development management information service of the enterprise. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship. Monograph. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 238-254 URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/31559>

РОЛЬ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ У ФОРМУВАННІ ЗВЕДЕНОГО БЮДЖЕТУ КРАЇНИ

Шавурська О.В., канд. екон. наук
Житомирський інститут ПрАТ «ВНЗ
«Міжрегіональна академія управління персоналом»

Податки та збори є визначальним джерелом доходів бюджету і значимість їх у динаміці абсолютних показників продовжує зростати. За офіційними даними Міністерства фінансів України доходи зведеного бюджету України в 2022 році досягли 2196273,3 млн. грн., що на 53430,6 млн. грн. перевищує показник за 2021 рік [1]. До державного бюджету в 2022 році надійшло 698,7 млрд. грн., що на 7,2 % більше ніж в 2021 році. До місцевих бюджетів – 392,7 млрд. грн., що на 51,5 млрд грн. (15,1 %) більше ніж у 2021 році [1]. Тобто, незважаючи на війну в Україні, платники податків продовжували нараховувати та сплачувати податки.

Сутність податків проявляється у їх функціях (табл. 1).

Отже, податки є не тільки правовою, а, насамперед, економічною категорією. Через податки держава вилучає частину чистого доходу суб'єктів господарювання, доходів населення та розподіляє їх відповідно з економічними, політичними та соціальними потребами суспільства.

На рис. 1 проаналізовані доходи, які надійшли до зведеного бюджету України за 2017-2022 роки.

Таблиця 1 – Функції податків

№ з/п	Функція	Характеристика
1	Фіскальна	основна функція. Податки були впроваджені для накопичення частини суспільного продукту з метою забезпечення потреб суспільства. Ця функція може розглядатися як сутнісна, вона відображає наповнення дохідної частини державного та місцевих бюджетів для виконання публічних функцій
2	Розподільча	полягає у перерозподілі суспільних доходів, за її допомогою змінюються ставки податків, надаються пільги, стримується розвиток одних галузей і стимулюються інші, відбувається передача засобів на користь більш слабких і незахищених суб'єктів
3	Регулююча	у цій функції податки виступають регулятором виробництва і споживання
4	Контрольна	за допомогою цієї функції здійснюється контроль за діяльністю господарюючих суб'єктів, доходами громадян. Визначається збалансованість податкової системи та її відповідність вимогам суспільства
5	Соціальна	підтримує соціальну рівновагу між окремими платниками податків

Джерело: узагальнено автором на основі [2]

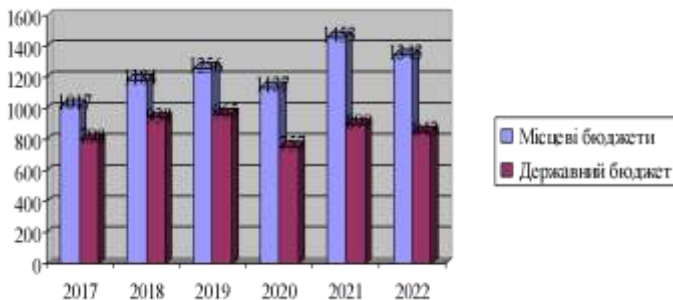


Рис. 1. Показники дохідної частини зведеного бюджету України за 2017-2022 роки

Джерело: узагальнено автором за даними [1].

Зменшення надходжень до зведеного бюджету України в 2022 році пов'язано з війною в Україні, і як наслідок зменшення економічної активності в країні.

Значення податків і зборів визначається їх впливом на відносини з оподаткування і на систему обов'язкових платежів країни. Цей вплив ґрунтується на засадах фіскальної достатності, тобто на основі збалансованості витрат і надходжень до бюджету. Крім того, податкова політика має бути спрямована вирішення соціально-економічних проблем, зокрема: збільшення кількості господарюючих суб'єктів, активізації інвестиційних процесів, впровадження інновацій.

Інформаційні ресурси

1. Доходи зведеного бюджету України за статтями доходів в 2022 р. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/income/2022>.

2. Китайчук Т.Г. Перспективи та недоліки радикальної податкової реформи. Економіка та суспільство. 2022. № 42. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-26>.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Яценко В.В., аспірант

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

Державний біотехнологічний університет

Електронний бізнес залишається динамічною та швидкозмінною галуззю, яка вимагає постійного адаптування та інновацій для успішного конкурування на ринку. Основним трендом сьогодення є постійне зростання обсягів онлайн-продажів, оскільки споживачі все більше вдаються до інтернету для покупок, що обумовлено зручністю, великим вибором та можливістю порівняння товарів та цін. Багато підприємств електронного бізнесу розширюють свій асортимент товарів і послуг, включаючи продукцію, що раніше не була доступна в онлайн-форматі. Так, за останні роки спостерігається зростання використання мобільних пристроїв для здійснення покупок. Підприємства активно розробляють мобільні додатки та адаптують свої веб-сайти для забезпечення зручного мобільного доступу. Цьому сприяє і розвиток інтернет-маркетингу (контекстна реклама, соціальні медіа-кампанії, контент-маркетинг), який стає ключовим елементом для привертання уваги споживачів [1, с.240].

Останнім часом спостерігається значне збільшення використання штучного інтелекту (AI) та інструментів аналітики. AI використовується для аналізу даних про покупців та асортименту товарів й послуг. При цьому, аналітика допомагає підприємствам розуміти покупців та оптимізувати їхні покупки. Слід зазначити, що зі зростанням онлайн-продажів зростає й загроза кібератак та порушенням безпеки даних. Тому суб'єкти бізнесу стають більш уважними до захисту інформації та даних споживачів. Зростає й свідомість споживачів щодо екологічних питань. Так підприємства електронного бізнесу розглядають можливості сталих практик, такі як зменшення викидів CO² при доставці. В умовах максимальної невизначеності зростає увага до нормативно-законодавчого регулювання електронного бізнесу, зокрема щодо захисту даних та оподаткування.

З метою цифровізації електронного бізнесу і підвищення його ефективності, підприємства використовують різноманітні інструменти та технології, а саме:

- платформи e-commerce – для створення та управління онлайн-магазинами (наприклад такі як Shopify, WooCommerce, Magento, BigCommerce та інші);

- мобільні додатки – дозволяють підприємствам надавати зручний доступ до своїх продуктів і послуг через смартфони та планшети;

- інтернет-маркетинг (пошукова оптимізація, контент-маркетинг, соціальний медіа-маркетинг, контекстна реклама) – для залучення та утримання клієнтів;

- аналітика та Big data – для збору, аналізу та інтерпретації даних по поведінку споживачів, що допомагає виробникам розуміти потреби та побажання клієнтів;

- інтернет речей (IoT) – за допомогою датчиків дозволяють відстежувати та контролювати об'єкти, включаючи товари в ланцюжку постачання та стан обладнання;

- штучний інтелект (AI) – використовується для автоматизації процесів обробки даних, персоналізації пропозицій та вирішення складних завдань;

- блокчейн – для створення безпечних та надійних систем обробки фінансових операцій та управління ланцюжком постачання.

- електронна документація та електронний підпис – допомагають спростити бізнес-процеси, управління документами та зменшити бюрократію;

- системи управління відносинами з клієнтами (CRM) – дозволяють вести базу даних клієнтів, взаємодіяти з ними та зберігати історію спілкування;

- диджитал облік та фінансовий менеджмент – допомагають вести облік доходів і витрат, управляти фінансами та оптимізувати податковий облік.

- кібербезпека – забезпечує захист від кібератак та безпеку даних й транзакцій;

- хмарні технології – використовуються для зберігання та обробки даних в хмарних сервісах, що дозволяє підприємствам масштабувати свої операції;

- соціальні медіа і комунікації – використовуються для побудови спільноти, комунікації з клієнтами та створення бренду;

- автоматизація ланцюжка постачання – допомагає оптимізувати процеси замовлення, поставок та зберігання товарів [2].

Проведений аналіз свідчить, що перспективні напрями розвитку електронного бізнесу постійно змінюються відповідно до технологічних трендів та змін в споживчому попиті. Тому потрібно підвищувати рівень мобільності комерції. За умов щорічного зростання обсягів використання смартфонів та планшетів для покупок, підприємства повинні надавати зручні мобільні додатки та адаптувати свої веб-сайти для мобільних пристроїв [3, с.41]. Впровадження омніканального підходу сприяє швидкій інтеграції онлайн і офлайн торгівлі для забезпечення найкращого досвіду покупців та доступу до товарів і послуг з будь-якого місця із змогою застосування моделі, коли клієнти платять щомісяця або щокварталу за певні продукти або послуги (покупка за підпискою) [4].

Використання аналітики та штучного інтелекту для створення персоналізованих пропозицій для клієнтів, розширення глобального бізнесу, використання віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) сприяють залученню міжнародних клієнтів та розвитку глобальних поставок. Також перспективним напрямом є розвиток сервісів та платформ, що дозволяють підприємствам надавати послуги через Інтернет та розширення можливостей для безготівкових платежів, використання криптовалют й інших цифрових платіжних систем [5, с.12].

Таким чином, визначені тенденції розвитку електронного бізнесу відображають сучасні та майбутні можливості для його росту та реагування на зміни в споживчому попиті та технологічному прогресі. При цьому, використання сучасних цифрових інструментів дозволить підприємствам електронного бізнесу покращити свою

конкурентоспроможність, оптимізувати процеси та надати клієнтам більше зручностей та інноваційних рішень.

Інформаційні джерела


1. Kashchena N, Nesterenko I. Digitalization of the innovative development management information service of the enterprise. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship. Monograph. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 238-254
URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/31559>

2. E-commerce and the future of airline-passenger connections.
URL: <https://www.phocuswire.com/org/news/ecommerce-and-the-future-of-airline-passenger-connections/3339712004.html>

3. Ковалевська Н.С., Нестеренко І.В., Янчева І.В., Лопін А.О. Диджиталізація обліково-аналітичного забезпечення природоохоронної діяльності підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2021. Вип. 1(33). С. 32-43. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3302>

4. Філіппова Л. Електронна комерція: за і проти. *Вісник Національного технічного університету*. 2013, № 44 (1017). С. 58–65

5. Балик У. О., Колісник М. В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2014. № 811 : Логістика. С. 11–19.



Секція 2
ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ І ТЕХНОЛОГІЇ
ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ
ЗА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

**THE ROLE OF THE ELECTRONIC ADMINISTRATIVE SERVICES
SYSTEM**

Pryshliak D., student
Supervisor – doctor of Sciences (Economics), professor **O.Hirzheva**
State Biotechnological University

According to research results, e-governance is a key factor in promoting the Sustainable Development Goals formulated by the UN. the public should have access to administrative services, and e-government should be based on the use of existing and new technologies to achieve these goals. The world is at risk of a digital divide, as countries with low incomes and poor infrastructure fall behind, and vulnerable segments of the population are even more at risk of not having access to new technologies.

The experience of practical application of information support of administrative service centers indicates the greatest spread of information and communication systems [1]:

- electronic queue systems;
- systems of electronic document circulation and accounting of administrative services;
- video surveillance systems;
- systems for recording conversations of administrators and subjects of appeal when providing administrative services;
- systems for assessing the quality of administrative services;
- integration systems of front and back offices.

Electronic queue systems can be used both in combination with autonomous information terminals (for example, in Vinnytsia, Lutsk, Ivano-Frankivsk, etc.) and without them (for example, in Odesa). Electronic queues function both autonomously (presupposes the physical presence of a person in the TsNAP) and online.

The Ukrainian market of developers of electronic queue systems is quite wide: Servibel, QSystems, Touch.ua, MHT, List, Apertum, EWQ, Valtek, KTS, etc.

Among the systems of electronic document management and accounting of administrative services, "Gallery of services" (Kharkiv, Kyiv,

Dnipropetrovsk and Lviv regions), "Universes of services" (Ivano-Frankivsk region, Rivne, Sumy, Ternopil, Uzhhorod, Chernivtsi), "ASKOD. Administrative services" (Lutsk and Volyn regions, Cherkasy, Chernihiv, Bucha).

In Ukraine, electronic administrative services are not yet quite popular. The reasons are seen first of all in insufficient popularization of the work of services by authorities. However, the advantages of introducing and using electronic services are significant:

- collection, processing, provision of general and specialized information;
- consulting work;
- preparation of political decisions or laws;
- interaction between departments;
- general procedures for processing requests received by state agencies;
- assistance and assistance procedures;
- implementation of procurement procedures;
- implementation of supervision and control procedures by state agencies.

Electronic administrative services must be available to the public around the clock, so portals (websites) must be reliable and secure portals [2].

Electronic administrative services are provided through the Unified State Portal of Administrative Services my.gov.ua and through information systems of state administration bodies and local self-government bodies integrated with it.

Electronic administrative services of the State Geocadastre, the Ministry of Justice, the Ministry of Ecology and Natural Resources of Ukraine, the Ministry of Economy, the State Tax Service, the Pension Fund of Ukraine, individual local TsNAPs are available through Internet resources or can be ordered in electronic format. For electronic identification on electronic service sites, electronic services are used electronic signatures, or in some cases BankID.

Local self-government bodies of large administrative-territorial units can implement their own network resources to provide electronic administrative services, but this requires significant financial resources. Today, all local and regional TsNPy have their own websites, many of which implement electronic queues and electronic administrative services [3].

The toolkit of electronic services is an effective anti-corruption factor, because they are as open and transparent as possible, the status of their implementation can be monitored on the website, and they eliminate the need for direct contact with public officials. Entering the provision of services on

the official website of local self-government bodies is not only technically, but also legally possible.

In the technical aspect, the implementation of electronic administrative services requires guaranteeing the security of users' personal (personal) data.

Electronic governance is an effective communication tool between the population and the state, which allows solving important issues at the national and regional levels.

The trends of e-governance in various countries have been studied by UN specialists since 2001 [4] and are aimed both at measuring its effectiveness in providing state ambassadors and at determining effective development models.

Important indicators include the e-government development index, which is defined as the arithmetic mean of 3 indices : breadth and quality of online services; level of communication infrastructure development; human capital index.

The indicator of the breadth and quality of online services (Online Service Index) is characterized by the parameters of new information, extended information, transactional and connected services [2].

In 2014-2019, electronic services in Ukraine gained significant development: an online service related to a state institution was launched, a project was presented on the transition of the Verkhovna Rada of Ukraine to electronic document management, services are implemented in various spheres of life [2]. Further expansion of the list of online services will make it possible to realize the concept of a service state.

Information sources

1. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності в умовах інформатизації: організаційно-правові питання теорії і практики: монографія / Р.А. Калужний, та ін. К. : Акад. ДПС України, 2002. 292 с.

2. Ющенко Н.В., Ковтун М.В. Електронне урядування в Україні: стан та перспективи розвитку. Причорноморські економічні студії. 2019. № 38-1. С. 152-157.

3. Опанасюк, Ю. А., Линник, С. О., Мельник, Ю. М., & Гириченко, Ю. Г. (2020). Удосконалення інформаційного забезпечення надання адміністративних послуг органами місцевого самоврядування. Науковий вісник: Державне управління, № 3 (5), С. 177–194.

4. United Nations (2018). "E-Government Survey 2018. Gearing E-Government to Support Transformation towards sustainable and resilient". URL : https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018_FINAL%20for%20web.pdf

DLUGOTERMINOWE INWESTYCJE PORTFELOWE: DOŚWIADCZENIE MONDRAGON (HISZPANIA)

G. Petrusevych, student studiów podyplomowych
PIEN "Akademia Zarządzania Finansowego", Kijów

Budowa silnej gospodarki zapewniającej godne życie ludności zależy bezpośrednio od modelu gospodarczego wybranego przez rząd kraju dla jego rozwoju. Biorąc pod uwagę obecną sytuację, na Ukrainie należy wybrać taki model gospodarczy, który pozwoli nie tylko odbudować gospodarkę kraju w możliwie najkrótszym czasie, ale także zająć godne miejsce wśród rozwiniętych gospodarek świata.

Celem publikacji jest analiza pozytywnych doświadczeń rozwoju modelu biznesowego stowarzyszenia spółdzielni Mondragon (Hiszpania) w związku ze zmieniającym się podejściem do zarządzania inwestycjami na Ukrainie w okresie powojennej odbudowy.

Mondragon w wyniku projektu biznesowego powstał w 1956 roku. Na dzień dzisiejszy Korporacja Mondragon to:

- największa spółdzielcza kooperatywa na świecie;
- globalny gigant, który działa w 150 krajach na 5 kontynentach;
- 95 odrębnych samorządnych spółdzielni;
- 104 zakłady produkcyjne w 37 krajach;
- obecność handlową w 53 krajach;
- sprzedaż w ponad 150 krajach
- około 80 000 pracowników;
- 14 ośrodków badawczo-rozwojowych;
- 555 patentów;
- 24 tys. naukowców i badaczy;
- №1 w baskijskim rankingu biznesowym;
- №10 w rankingu biznesowym w Hiszpanii [1, 2];
- roczne obroty – kilkanaście miliardów euro [3].

Organizacyjnie Korporacja zbudowana wokół czterech obszarów: finansów, przemysłu, dystrybucji i wiedzy [1]. Ponadto Mondragon jest także przedsiębiorstwem społecznym, prowadzącym własne programy opieki społecznej: płatne chorobowe, płatny urlop rodzicielski, ubezpieczenia medyczne, zasiłek dla bezrobotnych, przenoszenie pracowników między różnymi firmami w korporacji, zamiast ich zwalniać, przechodzenie na emeryturę części pracowników, których nie miał kto zastąpić, etc.

Aby to wszystko sfinansować, Mondragon założył swój bank, który udziela pożyczek spółdzielniom na korzystnych warunkach i który jest największym źródłem dochodu korporacji [2, 4].

Największą różnicą tej spółdzielczej kooperatywy jest to, że akcje firmy mogą nabyć wyłącznie jej pracownicy i dopiero po upływie okresu próbnego. Obecnie są właścicielami 76% udziałów w firmie w obszarze produkcji. Oznacza to, że aby zostać pracownikiem-właścicielem należy wykupić pakiet akcji, który kosztuje 16 tys. euro. Pieniądze te zostaną wpłacone na konto oprocentowane na poziomie 7,5%, dzięki czemu typowy pracownik kolejnej ze spółdzielni Mondragon będzie mógł w wieku 62 lat przejść na emeryturę z kwotą 250 tys. euro na koncie [4]. Minimalna roczna pensja w Mondragon wynosi 16 tys. euro, ale większość pracowników zarabia dwa razy więcej. A to o 18,5 proc. więcej niż średnia krajowa w Hiszpanii [2].

Ponadto Mondragon ma unikalną formę organizacji przemysłowej, w której każdy pracownik jest członkiem dwóch organizacji: Zgromadzenia Ogólnego i Rady Społecznej. Pierwszy jest najwyższym organem korporacji, drugi zaś pełni funkcję zbliżoną do związków zawodowych. Zgromadzenie Ogólne reprezentuje pracowników jako właścicieli, natomiast Rada Społeczna reprezentuje właścicieli jako pracowników. Zasady głosowania na walnych zgromadzeniach: „jeden pracownik – jeden głos”. W związku z tym, że działalność przedsiębiorstwa opiera się wyłącznie na środkach własnych, nie ma udziałowców zewnętrznych, którzy przeważaliby nad głosem pracowników własnej spółdzielni [4]. Wynagrodzenie pracowników najwyższego szczebla nie może przekraczać dziewięciokrotności wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla. To ogromne osiągnięcie, bo jeszcze 40 lat temu w USA pensja prezesa firmy była 30 razy wyższa niż zwykłego pracownika, a już w 2020 roku – 351 razy wyższa. Celem kooperatyw nie jest tworzenie bogatych ludzi, a bogatego społeczeństwa [2].

Mondragon ma pięćdziesięcioletnią historię wzrostu nieporównywalną z żadną inną organizacją kapitalistyczną. Działalność spółdzielczości została wystawiona na próbę czasu, a jej sukcesy pokazują, że stanowi już godnego konkurenta kapitalistycznego modelu produkcji, gdzie ten ostatni wymaga podziału kapitału i pracy [4].

Działalność Mondragonu opiera się na 10 głównych zasadach współpracy:

1. Otwarta Karta Wstępu;
2. Organizacja Demokratyczna;
3. Suwerenność Pracy;
4. Instrumentalna i Podrzędna Natura Kapitału;

5. Zarządzanie Partycypacyjne;
6. Solidarność Płatnicza;
7. Współdziałanie;
8. Transformacja Społeczna;
9. Uniwersalizm;
10. Edukacja.

Wdrażając takie zarządzanie w całej korporacji, udało się stworzyć przyjazną atmosferę pracy, która zachęca pracowników do lojalności, uczciwości i wydajnej pracy na rzecz firmy, dzięki czemu cała organizacja uzyskuje wysoką stabilność gospodarczą. Daje to pracownikom poczucie stabilności i bezpieczeństwa, tym samym suma korzyści pracowniczych, iż pensja nie jest priorytetem przy wyborze pracodawcy. Dzięki wspólnym wysiłkom i efektywnej współpracy organizacja od wielu dziesięcioleci utrzymuje się na rynku. Przedstawiciele zagranicznych biznesów z niecierpliwością czekają na nowe rozwiązania stosowane przez baskijskiego giganta. Szczególnie w czasie kryzysu duże zainteresowanie budzi kooperatywne zarządzanie przedsiębiorstwami. Po 2008 roku liczba takich spółdzielni w Stanach Zjednoczonych wzrosła z 250 do 600 w ciągu dekady [2].

Wartością tego modelu są sprawdzone w praktyce modele działania, które szczególnie w czasie kryzysu mogą wpłynąć na dynamikę wzrostu gospodarczego, co pozwoli Ukrainie wykorzystać potencjał społeczny do odbudowy kraju. Podejście angażujące kapitał społeczny, jak również kapitał pracowniczy, na rzecz rozwoju przedsiębiorstw, zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym, pozwoli Ukrainie uzyskać dodatkowy bodziec rozwojowy w formie długoterminowych inwestycji portfelowych opartych o taki model gospodarczy. Przeprowadzona analiza wskazuje na celowość wprowadzenia elementów podobnego modelu w powojennej odbudowie gospodarki Ukrainy.

Lista źródeł:

1. Mondragon: About Us URL: <https://www.mondragon-corporation.com/en/about-us/>
2. Mondragon to smok, którego może się lękać Elon Musk. Głosują nad pensjami kolegów i zwolnieniami URL: <https://next.gazeta.pl/next/7,151003,29267185,mondragon-to-smok-ktorego-moze-sie-lekac-elon-musk-baskijski.html>
3. Przedsiębiorczość społeczna URL: https://www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/wp-content/uploads/2023/06/Program_nauczania_wspolpraca_zamiast_rywalizacji_-_SNRSS_final_version.pdf
4. John C. Médaille. Za wielcy, by upaść, Wektory, 2017. 252 s.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Абрамова М.С., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Близнюк**
Державний біотехнологічний університет

В сучасній ринковій економіці популярною організаційно-правовою формою господарювання є акціонерне товариство, внаслідок того, що акціонерна форма формування власного капіталу корпорації в усьому світі стала найбільш досконалою формою організації підприємства. Вона дозволяє через механізм випуску та продажу акцій акумулювати потужні фінансові ресурси, залучати до управління корпорацією та участі у розподілі прибутку через дивідендні виплати значну кількість власників – акціонерів.

Згідно із Законом України, «Акціонерне товариство – це господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями. Акціонерне товариство не відповідає за зобов'язаннями акціонерів. Акціонери не відповідають за зобов'язаннями товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, лише в межах номінальної вартості належних їм акцій» [1].

В Україні передбачено поділ акціонерних товариств на публічні та приватні. Особливостями публічного акціонерного товариства є такі: акції можна купувати та продавати на фондовій біржі; акціонери можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів та товариства; товариство може здійснювати як публічне, так і приватне розміщення акцій; річна фінансова звітність товариства підлягає обов'язковій перевірці незалежним аудитором, а також оприлюдненню разом із аудиторським висновком та ін.

Особливостями приватного акціонерного товариства є такі: максимальна кількість акціонерів не може бути більшою 100 осіб; товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій; переважне право акціонерів та самого товариства на придбання акцій цього товариства та акцій додаткової емісії; акції приватного акціонерного товариства не можна купувати та/або продавати на фондовій біржі, за винятком продажу шляхом проведення на біржі аукціону; товариство не зобов'язане розкривати свою фінансову звітність на фондовому ринку та ін.

Акціонерне товариство є найбільш демократичною формою ведення бізнесу, яка дозволяє об'єднати необмежену кількість вільних капіталів приватних осіб і за якої усі власники несуть обмежену відповідальність за зобов'язаннями корпорації.

Перевагами корпорацій є: акціонерна форма забезпечує мобілізацію великих сум грошей через реалізацію акцій, тому можливості розширення капіталу корпорації практично необмежені; простим і зрозумілим є питання про власність; випуск і продаж акцій з різноманітними характеристиками забезпечує акціонерному товариству незрівнянно більшу фінансову могутність, ніж просте об'єднання капіталів; усі власники несуть обмежену відповідальність за зобов'язаннями корпорації, що є стимулом і гарантією інвестування коштів, відповідальність на акціонера покладається тільки в межах вкладеного ним капіталу; в акціонерних товариствах можливе ефективне узгодження інтересів менеджменту та акціонерів.

Окрім переваг акціонерної форми власності, виділяються певні недоліки: складніший і довший порівняно з іншими формами власності порядок створення; виникнення додаткових накладних витрат на проведення загальних зборів акціонерів, складання спеціальної звітності, ведення реєстру акціонерів, організацію виплати дивідендів тощо; в процесі функціонування акціонерних товариств можуть виникати конфліктні ситуації між власниками-акціонерами та найманими менеджерами, між окремими акціонерами (або групами акціонерів) та керівними органами товариства, між «великими» та «дрібними» акціонерами, між акціонерами-інсайдерами та акціонерами-аутсайдерами тощо; діяльність відкритих акціонерних товариств є суттєвим чинником розростання спекулятивних операцій на фондових ринках, що спричиняє збільшення фіктивного капіталу.

Основна маса акціонерних товариств в Україні була створена під час приватизації. На відміну від розвинених країн, акціонерний капітал в Україні утворювався не шляхом об'єднання капіталів, а завдяки поділу статутних капіталів державних підприємств в процесі приватизації. Модель корпоративних відносин, яка діяла останнім часом в Україні, була перехідною, вона зумовлена особливостями періоду становлення та розвитку акціонерних товариств в Україні.

Інформаційні джерела

1. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс] : Закон України : [від 27.07.2022 р. № 2465-IX]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text>

СВІТОВІ ТРЕНДИ ФІНТЕХУ ТА ПЕРЕВАГИ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Балахороглу К.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.О. Ставерська**
Державний біотехнологічний університет

Фінансові технології щороку пропонують світу нові тренди. Саме вони постійно змінюють спосіб взаємодії клієнтів із банківськими установами за останні роки. Розглянемо головні тренди фінтеху, які сьогодні рухають фінансовою індустрією та повністю змінюють правила гри на ринку фінансових технологій.

1. Відкритий банкінг. Це структура, яка дозволяє споживачам та компаніям ділитися особистими фінансовими даними зі сторонніми постачальниками. Ця тенденція відкрила перед банками можливість розробки інноваційних фінансових продуктів та послуг. Наприклад, роботи-консультанти використовують відкритий банкінг для доступу до даних клієнтів та надання персоналізованих інвестиційних порад. Ця тенденція дає споживачам більший контроль над особистими фінансовими даними та сприяє розвитку персоналізованих цифрових платіжних рішень. Проте відкритий банкінг вимагає інвестицій у технології та безпеку, одночасно вирішуючи проблеми конфіденційності даних.

2. Блокчейн. Це технологія розподіленого реєстру, що лежить в основі розробки нових фінансових продуктів та послуг, таких як криптовалюти та децентралізовані фінанси. Наприклад, деякі банки використовують блокчейн для оптимізації транскордонних платежів. Блокчейн також підвищує ефективність та безпеку традиційних фінансових процесів. Банки використовують блокчейн для оптимізації транскордонних платежів, підвищення безпеки та прозорості. Проте складність блокчейну, його початкова стадія розвитку та нормативні перешкоди створюють проблеми.

3. Штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання (ML). Банки використовують штучний інтелект та машинне навчання для підвищення ефективності та точності різних фінансових послуг: від виявлення шахрайства до оцінки ризиків та персоналізованих фінансових консультацій. Наприклад, чат-боти на базі штучного інтелекту полегшують підтримку клієнтів та обробку фінансових запитів. Ці технології дозволяють банкам скорочувати витрати, підвищувати ефективність та пропонувати індивідуальні рішення. Необхідно вирішити проблеми конфіденційності та безпеки.

4. Кібербезпека. Одна з найбільших тенденцій у сфері фінансових технологій для фінансових компаній, оскільки кіберзлочинці дедалі частіше нападають на них. Фінтех-компанії вкладають значні кошти у кібербезпеку, щоб захистити дані та фінансові активи своїх клієнтів. Наприклад, деякі компанії використовують штучний інтелект для виявлення та запобігання шахрайству. Деякі компанії використовують штучний інтелект для виявлення та запобігання шахрайству. Заходи кібербезпеки життєво важливі для запобігання шахрайству та фінансовим втратам, але вони вимагають постійної адаптації та інвестицій, щоб випередити кіберзлочинців.

5. BNPL (купуй зараз, плати потім). Тенденція BNPL дозволяє споживачам купувати товари, послуги та оплачувати їх частинами. Послуги BNPL останнім часом стають все популярнішими, особливо серед молодих споживачів. Хоча BNPL підвищує доступність та кредитну історію для споживачів, він може призвести до боргів, якщо витрати перевищують кошти. Недотримання термінів оплати може негативно вплинути на кредитний рейтинг.

6. Цифровий банкінг. Банки, що працюють лише у цифровому форматі, також відомі як необанки — це онлайн-банки, що пропонують різні фінансові послуги, такі як поточні рахунки, ощадні рахунки та кредити. Ці банки відомі своєю зручністю, зручним інтерфейсом та конкурентоспроможними комісіями. Вони пропонують доступність 24/7, можуть похвалитися інтуїтивно зрозумілими вебсайтами та мобільними додатками і часто встановлюють нижчі ціни. Однак їм може знадобитися більше фізичних відділень та комплексний набір фінансових продуктів порівняно із традиційними банками.

Сьогодні не має жодних сумнівів у тому, що фінтех є частиною майбутнього фінансів, і що фінтех-сектор буде рости та трансформуватися.

Таким чином, фінансові технології у банківській системі України принесуть наступні переваги:

- підвищення ефективності роботи;
- захист персональних даних клієнтів;
- проведення безпечних платежів;
- поліпшення взаємодії з клієнтами;
- забезпечення безпекою онлайн-транзакцій;
- покращення аналіз даних;
- удосконалення прозорості контролю над фінансовими даними.

Отже, не дивлячись на деякі складності впровадження фінтеху, які із року в рік удосконалюються, українським банкам потрібно застосовувати світові інновації та передові інструменти фінансових технологій у свою банківську систему.

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ КІБЕРСТРАХУВАННЯ

Бобовніков О.А., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Жиликова**
Державний біотехнологічний університет

Кіберстрахування донедавна сприймалося як інновація, сьогодні – це обов'язкова умова існування бізнесу, тому що пандемія Covid-19 суттєво прискорила процеси цифрової трансформації та, як наслідок, неминуче посилюються кіберзагрози. Витікають вони, як з поширення цифровізації, так і зі зростання значення для компаній так званих «нематеріальних активів» – об'єктів інтелектуальної власності, які потребують особливого захисту.

Протягом 2022 року Україна стикнулася з 7000 кібератак на інформаційну інфраструктуру. За минулий рік в Україні було зареєстровано у 3,5 рази більше кіберінцидентів – на фінансовий сектор України припадає 5% усіх атак, на ІТ-галузь – 10%ніж у 2021-му. З початку 2023 року (порівняно з ІV кварталом 2022-го) кібератак від проросійських угруповань поменшало, але вони систематичні та інтенсивні. За І квартал цього року фахівці CERT-UA опрацювали 549 кібератак, серед яких 13 – на фінсектор, 23 – на комерційний сектор і 11 – на розробників програмного забезпечення. Цьогоріч, крім банків, кіберзлочинці атакують страхові компанії і розробників ПЗ для банків, кажуть у НБУ[1].

За таких умов кіберстрахування стає бажаною та реальною можливістю для компаній скоротити збитки від подібних інцидентів. У зв'язку зі значною інтеграцією до міжнародної спільноти в Україні з'явився та зростає попит на поліси кіберстрахування.

Поняття «кіберризик» стосується усіх уразливостей, які виникають у зв'язку з використанням комп'ютерного обладнання та програмного забезпечення в інтернет-мережі, платіжних системах, сфері електронної комерції, CRM-системах, ІТ-інфраструктурах. Також в це поняття входять ризики, пов'язані з накопиченням, зберіганням та використанням в електронному вигляді персональних даних.

Поліси кіберстрахування як страхові продукти для захисту бізнесу та фізичних осіб поки не мають уніфікованих характеристик. У різних страхових компаніях вони істотно різняться за умовами та лімітами відповідальності. Страхуванню підлягають такі страхові кіберризик: технічні збої, помилки програмування та відмови роботи ІТ-систем; нецільові атаки – фішинг, sms-шахрайство, картинг, хактивізм; цільові (таргетовані) атаки – DDoS атаки, промислове

шпигунство, кріптолокерство (кіберздирництво); внутрішні атаки – викрадення конфіденційної інформації та відомостей, що являють собою комерційну таємницю, сприяння зовнішнім атакам зсередини.

Враховуючи, інновативність кіберстрахування законодавче регулювання цієї сфери страхових послуг поки відсутнє. В переліку видів добровільного страхування згідно Закону України «Про страхування» кіберстрахування чи аналогічний за змістом напрям відсутні. Тобто кіберстрахування потрапляє під визначення «інші види добровільного страхування»[2].

Особливість кіберстрахування полягає у тому, що у зв'язку з відсутністю законодавчого регулювання сфери кіберстрахування в Україні, основою для встановлення регламентів, прав та зобов'язань між страхувальником і страховиком, а також для можливого вирішення спорів є договір кіберстрахування.

Також, враховуючи невелику кількість статистичних даних щодо страхових випадків в кіберсфері, формуючи пропозиції для клієнтів, кожна компанія може спиратися тільки на власну експертизу та пропонувати свій пакет кіберстрахування.

В сучасних умовах страхові компанії швидко змінюються. На разі стрімко розвивається InsurTech, що передбачає технології машинного навчання та передові розробки у сфері кібербезпеки, технологію блокчейн та аналіз великих даних. Це дозволяє формувати для споживачів дійсно актуальні продукти зі страхування кіберризиків.

До основних напрямів державної підтримки слід віднести: розробку моделей ризику на основі вже зібраних даних; структурування премій страховими компаніями для стимулювання поведінки, що знижує ризики, і впроваджувати кращі світові практики у свою діяльність; стимулювання або впровадження обов'язкового кіберстрахування для державних та фінансових установ, які відповідають мінімальним стандартам.

Таким чином, поняття кіберстрахування для України є доволі новим і мало дослідженим, але сьогодні воно набуває актуальності, оскільки українські підприємства та організації потребують захисту від кібератак.

Інформаційні джерела

Бегаль І. У 2022 році кількість кібератак на Україну зростає майже втричі. 90% хакерських груп з РФ контролюють силовики. URL: <https://forbes.ua/news/-04052023-13454>

Закон України «Про страхування» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Бугасв О.О., здоб. ОС «магістр»

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

Український страховий ринок за останні декілька років зазнав суттєвих змін, спричинених рядом макроекономічних факторів – пандемією коронавірусу, посиленням державного контролю за страховою діяльністю, початком воєнних дій на території країни. Кількість страхових компаній зменшилась майже в 2 рази, з 233 у 2019 році до 115 компаній на кінець I кварталу 2023 року. За цей же період активи страховиків мали тенденцію постійного росту. Так, у 2019 році розмір активів страхових компаній склав 63867 млн грн., а у II кварталі 2023 року цей показник склав 70783 млн грн, що говорить про те, що страховий ринок залишається одним з найбільш капіталізованих поміж інших небанківських фінансових ринків.

Процентні доходи за депозитами та ОВДП, які залишаються основним джерелом інвестиційного прибутку ризикових страховиків, зросли незначно порівняно з попереднім кварталом. Коефіцієнт ефективності діяльності мав значення 86%. Доходи від інвестицій страховиків життя і далі збільшувалися: на 8% порівняно з I кварталом та на 63% – з аналогічним кварталом попереднього року. Зростання в II кварталі асоціюється здебільшого з доходами від облігацій. Страховий ринок був прибутковим у II кварталі. Рентабельність капіталу ризикових страховиків була співмірною з попередніми роками – 6%. Прибутковою була діяльність 72% компаній. Страховики життя отримали рекордний прибуток за результатами кварталу. Прибутковою була діяльність 83% компаній [1].

Основне місце в успішному веденні страхового бізнесу та забезпеченні цільових параметрів функціонування посідає інвестиційна діяльність. Як відомо, інвестиційна діяльність страховика передбачає вкладення їх власних та залучених ресурсів на теперішній час з метою отримання прибутку в майбутньому. Інвестиційна діяльність страхових організацій заснована на механізмі розміщення страхових резервів. Однак залучений характер коштів страхових резервів зумовлює встановлення певних обмежень в формах і умовах їх інвестування. Згідно зі ст.30 Закону «Про страхування» [2] страховики зобов'язані дотримуватися певних умов забезпечення платоспроможності, однією з яких є створення страхових резервів, достатніх для майбутніх виплат

страхових сум і страхових відшкодувань. Для забезпечення страхових зобов'язань зі страхування життя та медичного страхування страховики формують резерви за рахунок надходження страхових платежів і доходів від інвестування коштів сформованих резервів за цими видами страхування.

В умовах нестабільної економічної ситуації та нових викликів політичного характеру виникають проблеми розвитку страхового ринку, які перешкоджають підвищенню інвестиційної активності українських страховиків, а також не дозволяють їм повноцінно здійснювати інвестиційні функції та забезпечувати залучення інвестиційних вкладень в реальний сектор економіки. Це зумовлено низкою чинників: державною політикою регулювання страхового ринку, відсутністю довіри українців до страхування, недостатньою ефективністю стратегічного управління бізнес-процесами страховиків, обмеженими умовами інвестування під час воєнних дій. При цьому, важливим процесом, що забезпечує стійкий розвиток та ефективне використання страхових резервів страховика є управління інвестиційною діяльністю компанії. Як відомо, інвестиційні можливості страхових компаній обумовлені економічною природою страхування, адже інвестиції є основою для надання страхових послуг.

Оптимізація процесу управління інвестиційним потенціалом є доволі актуальним завданням серед страховиків. Вибір моделі управління залежить від розміру та фінансових можливостей компанії, обраної інвестиційної політики, наявності прямих та непрямих державних обмежень або стимулів до вибору інвестиційних партнерів, умови їх діяльності тощо. Нагальною є проблема щодо дотримання принципів інвестування страхових резервів, а саме дохідність, диверсифікація інвестиційного портфелю, гарантованість повернення вкладень; підконтрольність інвестицій; ліквідність.

Таким чином, враховуючи зазначені проблеми розвитку страхового ринку та необхідність розвитку інвестиційної діяльності страхової компанії, зростає інтерес до питань підвищення ефективності та якості управління інвестиційною діяльністю страхових компаній як з боку науковців, так і представників реального бізнесу.

Інформаційні джерела

1. Огляд небанківського фінансового сектору. Національний банк України. Серпень 2023 року. URL: <https://forinsurer.com/stat>
2. Закон України «Про страхування» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>

ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Волощук О.В., здоб. ОС «магістр»

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

В умовах воєнних дій на території України їх потенційний вплив на страхову галузь стає все більше вагомим. Страхова галузь вже має досвід діджиталізації під час пандемії, її актуальність під час війни зростає та набуває нових форм. Для суспільства цифровізація є силою, яка надає більшій кількості людей доступ до страхування та усуває прогалини в страховому захисті. Для страховиків діджиталізація надає кращий андеррайтинг, зниження і оцінка ризиків від цифровізації страхування покращують якість і ефективність їхньої діяльності.

Осторонь не залишилася і страхова галузь України, де брокерам і страховикам довелося діяти швидко, щоб задовольнити потреби своїх клієнтів, оскільки вони прагнуть обмежити довгострокову шкоду для свого бізнесу. На сьогодні на ринку нон-лайф працює 132 страхові компанії. З них 25 страховиків, на які припадає 9% загального обсягу ринку, не надали відповідей щодо діяльності у період війни 17 страховиків (менше 2% обсягу ринку) заявили, що на час надання відповідей ще не налагодили процес виплати страхових відшкодувань [1].

Діджиталізація це не лише оцифрування інформації та поширення її через сучасні канали телекомунікації, але і процес впровадження нових телекомунікаційних технологій для поліпшення обслуговування клієнтів страхової організації.

У звіті Swiss Re Institute представляє Індекс цифровізації страхування, який відстежує прогрес, досягнутий у 29 країнах вибірки щодо цифровізації їхніх страхових ринків. Південна Корея посіла перше місце в рейтингу, за нею йдуть Швеція, Фінляндія та США. Хоча розвинені ринки з потужною фізичною інфраструктурою та високим рівнем доступу до інтернету досягли найбільшого прогресу в цифровізації своїх економік, Китай, Словенія та Індія наздоганяють їх. Китай, наприклад, лише за 10 років піднявся на десять позицій. Це пояснюється тим, що ринки, що розвиваються, можуть відразу перейти до впровадження нових цифрових технологій, а не переходити від застарілих систем [2].

Виділяють низку напрямів діджиталізації світового страхування, яке складається з:

1. Транспортного страхування, яке характеризується багатовіковою історією розвитку і бере початок з морського страхування – того виду страхування, яке обслуговує судна, вантажі та фрахт, а також передбачає відповідальність судновласників перед третіми особами.

2. Процес страхування фрахту – вид страхування стягнутої плати за перевезений вантаж.

3. Автотранспортного страхування, яке представляє страхування цивільної відповідальності власників автотранспортної техніки згідно “Зеленої карти” (угоди страховиків ряду країн про взаємне визнання страхового покриття цивільної відповідальності власників засобів автотранспорту та про надання взаємної допомоги з погашення збитків, що виникають при міжнародному автотранспортному сполученні) [3].

Однак діджиталізація на сучасному ринку страхування в Україні має також низку проблем, а саме: обмеження та труднощі з масштабом застосування цифрових технологій у зв'язку з необхідністю нести витрати на переобладнання; ІТ-підтримка страхової діяльності та перепідготовка працівників; безпека, включаючи доступ до персональних даних; конкуренція цифрових каналів з іншими каналами послуг страхових компаній; необхідність реструктуризації внутрішніх бізнес-процесів страхової компанії.

Таким чином, у вітчизняному страховому просторі йде процес цифрової трансформації, яка включає електронне страхування, послуги страхування онлайн та прямих продажів, кібербезпеку, мобільні послуги та послуги онлайн, автоматизація платіжного процесу, технологія блокчейн, перетворення сайту страхової компанії в інструмент для комунікацій та продажів. На наш погляд, діджиталізація страхового ринку потребує законодавчо-правової підтримки з боку держави та науково-методичного обґрунтування цього процесу.

Інформаційні джерела

1. Під час воєного стану ринок страхування продовжує працювати. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pid-chas-diyi-voyennogo-stanu-rinok-strahuvannya-prodovjuyepratsyuvati--rezultati-opituvannya>

2. Щорічний звіт Swiss Re Institute- 2022. URL: <https://reports.swissre.com/2022/>

3. Варга В. П. Діджиталізація як один з чинників конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/156.pdf.

СИСТЕМА БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ

Голод В.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. М.О. Євдокімова
Державний біотехнологічний університет

Система безготівкових розрахунків розвивається у більшості країн світу і свідчить про ступінь розвитку економіки в країні. Безготівкові розрахунки надають багато новітніх можливостей, мають переваги та недоліки, але безперечно доцільність впровадження безготівкової економіки в нашій країні є однозначною.

Безготівкові платежі – це інструмент управління фінансами та регулювання економічних відносин між суб'єктами господарювання. Безготівкові розрахунки є важливими у фінансово-економічному середовищі кожної країни. Це дозволяє не тільки зменшити грошові потоки, але й прискорити комерційну взаємодію між суб'єктами господарської діяльності, знизити рівень тіньової економіки, стимулювати розвиток електронної комерції та онлайн-технологій і забезпечити впровадження нових видів фінансових послуг. Поширення безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток є одним з найактуальніших питань у розвитку світової системи безготівкових розрахунків та розвитку банківської системи загалом.

Безготівкові розрахунки – це перерахування певної суми коштів з рахунків платників на рахунки одержувачів коштів, а також перерахування банками за дорученням підприємств і фізичних осіб коштів, внесених ними готівкою до каси банку на рахунки одержувачів коштів. Суть безготівкових платежів полягає в тому, що регулюючи єдину банківську систему, згідно з якою здійснюються безготівкові платежі, держава впливає на стан фінансових відносин [1].

У економічно розвинених країнах частка платежів готівкою має тенденцію до зменшення, а безготівкових – до зростання. Наприклад, у Бельгії рівень безготівкових платежів становить 93%, Великобританії, Швеції – 89%, Франції – 92%, Канаді – 90%, США – 80%, Німеччині – 76%. Для України є характерним значення цього показника в межах 15% [2].

На сьогодні простежується стрімкий розвиток безготівкових платежів в Україні. Якщо до 2018 р. у структурі операцій за платіжними картками переважали ті, які передбачають отримання готівки, то зараз переважають безготівкові розрахунки за обсягом операцій із платіжними картками.

Використання та вдосконалення системи безготівкових платежів, з одного боку, має значні переваги та відкриває значні перспективи розвитку української економіки в цілому. Застосовуючи цю систему розрахунків, держава звільняється від значних витрат, необхідних для утримання та оновлення великої маси грошових коштів. З іншої сторони, система безготівкових платежів опиняється перед проблемами, які слід своєчасно вирішувати. До них відносяться: проведення платежів цілодобово по всій державі; недосконалість правової та організаційної бази безготівкових платежів. Також слід відмітити складність механізму здійснення платіжного процесу. Це відображається у необхідності розроблення певних видів розрахунків цієї системи, які є перспективними, але через складність механізму функціонування незручні і рідко вживані. Існує також ризик невиконання суб'єктами взаємозобов'язань. Усі ці недоліки такої системи розрахунків в Україні є значними [3].

Сучасні можливості технологій щодо здійснення безготівкових розрахунків не обмежені. Щороку вчені модифікують та оптимізують різні системи для швидкого та надійного переказу грошей. Однак на підприємствах, в умовах сучасного цифрового розвитку та забезпечення банківської системи традиційний підхід до організації розрахунків не відповідає потребам інформаційного суспільства та економіки для ведення розрахункових операцій. Такими вимогами є відмова від готівки, скорочення персоналу, різке скорочення кількості первинних документів як в паперовій, так і в електронній формі [5]. У процесі ведення бізнесу підприємства використовують електронну мережу, перевагою якої є надання банківських послуг для автоматизації переказу безготівкових рахунків через комплексну систему Клієнт-Банк. Одним із основних документів, що легалізували використання системи Клієнт-Банк, є Постанова Національного банку України "Про затвердження Інструкції щодо безготівкових платежів в Україні в національній валюті", що передбачає використання електронного платіжного доручення на паперовому рівні з використанням електронного підпису на основі криптографії даних. "Клієнт-банк" – це програмний пакет, який дозволяє користувачеві створювати, шифрувати та надсилати платіжні документи до банку якнайшвидше, а також оперативно отримувати банківські виписки рахунків та іншу інформацію про подання у формі телеграм НБУ, обмінюватися ставки, процентні ставки за кредитами та банківськими депозитами тощо. Вагомою перевагою системи Клієнт-Банк є те, що дані зберігаються клієнтом, і відповідно підприємство може передбачити процедуру завантаження даних із системи та їх

архівування. "Клієнт-банк", на відміну від системи "Інтернет-банк", працює в режимі офлайн, що дозволяє працювати в системі з тимчасовою відсутністю підключення до Інтернету.

Безготівкові розрахунки за останні десятиліття стали невід'ємною частиною розрахунків більшості населення як юридичних, так і фізичних осіб. Збільшення попиту на безготівкові розрахунки призвело до винайдення нових технологій та методів безготівкових оплат. Наразі існує поняття не тільки безготівкових розрахунків, а й з'явилося поняття електронні гроші. Електронні гроші - одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, крім особи, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконуються в готівковій або безготівковій формі. Серед українських платіжних систем, в яких емітуються електронні гроші, найбільш поширені такі: Maxi, Global Money, Простір (НСМЕП), електронні гаманці на картах Visa, MasterCard. Так в Україні за останні роки розвинулися нові види безготівкових розрахунків за рахунок діджиталізації технологій. З'явилися такі види розрахунків як: мобільний банкінг; інтернет перекази; використання мобільних гаманців; та інші. В останні роки з'явилася оплата за допомогою QR-платежів. Ця альтернатива оплати швидка, зручна та безпечна. Все, що потрібно зробити, це відкрити додаток певного банку та відсканувати QR-код закладу та підтвердити оплату.

Інформаційні джерела

1. Шевчук О. Облік, аналіз і контроль безготівкових розрахунків суб'єктів господарювання. Дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / Київський національний торговельно-економічний ун-т. К., 2000. 244 с.

2. Безготівкові платежі становитимуть п'яту частину всіх розрахунків в 2019 році - прогноз ЄБА. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10411506-bezgotivkovi-platezhi-stanovitimumut-p-yatu-chastinu-vsikh-rozrahunkiv-v-2019-roci-prognoz-yeba.html> (дата звернення 10.10.2023).

3. Агапова А. В., Компанієць К.В. Безготівкові розрахунки в Україні: проблеми та шляхи їх удосконалення. Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика: збірник тез доповідей. Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми, 2010. Т. 1. С. 57-59.

4. Муравський В. Відмова від первинного документування як чинник інтеграції повністю автоматизованої системи обліку. Бухгалтерський облік і аудит. 2008. № 10. С. 35-42.

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Гуназа А.Д., здоб. ОС «бакалавр»

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

Структурні перетворення фінансової системи, моделей соціально-економічного розвитку, циклічність економічних процесів обумовлюють необхідність адаптації фінансової політики до змін середовища, посилення дієвості її регуляторного механізму.

В умовах сучасних економічних перетворень, важливим є поглиблення розкриття сутності державного фінансового регулювання у якості інструменту економічного розвитку, удосконалення інституційних засад фінансової політики країни, активізація процесів залучення інвестицій. Потребують підвищення ефективності механізми впливу держави на економічні процеси з урахуванням періодів дії фінансових інструментів та важелів.

Доцільним є подальший розвиток положень середньострокового фінансово-бюджетного прогнозування, що спрямовано на забезпечення стійкості та збалансованості фінансової системи. Державна фінансова політика має досліджуватись як вагома складова системи економічного регулювання, підвищення дієвості бюджетної та монетарної політики сприятиме посиленню результативності структурних змін економіки. Державне фінансове регулювання є складовою економічної політики держави, яка в свою чергу впливає на суспільний розвиток держави. В ній визначаються основні напрями розвитку економіки, загальний обсяг фінансових ресурсів, джерела, шляхи використання, розробляються відповідні механізми регулювання і стимулювання соціально-економічних процесів. Формування та реалізація ефективної політики у сфері державних фінансів займають достатньо важливе місце у процесі регулювання соціально-економічного розвитку держави. На сучасному етапі економічних перетворень вагомим значення набувають дослідження щодо забезпечення фінансової збалансованості.

Сутність державної фінансової політики проявляється у її функціях. До яких слід віднести: розподільчу, пере розподільчу, відтворюючу, регулюючу, стимулюючу, планову, прогнозну, контролюючу та соціальну.

- Регулююча функція державних фінансів тісно пов'язана з іншими функціями. Через державні витрати, державний кредит, державні закупівлі та інші механізми держава впливає на процес відтворення.

- Стимулююча функція спрямована на зацікавлення суб'єктів ринку в інвестиційно-інноваційній діяльності, скорочення витрат, підвищення ефективності діяльності та економічному зростанні.

- Планова функція реалізується шляхом формування по рядку дій, які включають постановку цілей.

- Прогнозна функція державних фінансів реалізується шляхом передбачення можливого стану економічної системи та відповідних показників, що характеризують цей стан.

- Контрольна функція полягає в тому, що через формування і використання фондів грошових коштів держави відбувається відображення економічних процесів.

Міжнародні чинники відображають вплив глобалізаційних економічних процесів в економіці на динаміку обсягів іноземних інвестицій, що є доцільним та необхідним в сучасних умовах розвитку економіки посткризового періоду. До міжнародних чинників відносяться стан міжнародних фінансових ринків, темпи зростання валового внутрішнього продукту країн-інвесторів. Таким чином, створення сприятливого інвестиційного клімату ґрунтується на забезпеченні макро-економічної стабільності, здійсненні структурних перетворень економіки на її макро- та мікро-рівнях.

Податкова система країни є важливим інструментом фінансового регулювання, від виваженості податкової політики значним чином залежать темпи економічного зростання, показники зовнішньоекономічної діяльності, обсяги залучення інвестиційних ресурсів, в тому числі іноземних інвесторів, пріоритети соціальної політики держави. Фінансове регулювання передбачає реалізацію заходів держави щодо фінансового стимулювання інвестиційних процесів, зайнятості населення, ділової активності суб'єктів господарювання або фінансового стримування, встановлення певних обмежень щодо розміру державного боргу, дефіциту, продажу валютної виручки експортерами, порядку купівлі-валюти імпортерами, регулювання облікової ставки.

З метою посилення результативності економічних перетворень важливим є підвищення ефективності видатків бюджету, механізму регулювання міжбюджетних відносин. Важливим є підвищення дієвості державного фінансового контролю, що обумовлює необхідність подальшого розвитку його методологічних засад,

удосконалення критеріїв оцінки ступеню досягнення запланованих цілей та завдань головних розпорядників бюджетних коштів.

Необхідним є розбудова інституційних засад аудиту ефективності, механізмів перевірки державних закупівель. Доцільним є підвищення ефективності діяльності держави як власника активів та управлінського суб'єкта, формування єдиної системи фінансового контролю для державних підприємств. Фінансово бюджетне прогнозування є складовою системи державного фінансового регулювання економічного розвитку та інструментом управління бюджетною, податковою, грошово кредитною системою.

При прогнозуванні доходної частини бюджету доцільним є визначення показників податкової бази, ефективної податкової ставки з урахуванням можливих часових лагів, динаміки фінансово-економічних показників. Формування середньострокового прогнозу видаткової частини бюджету важливо здійснювати виходячи з періоду економічної циклічності, збалансованості бюджету, ступеню дієвості впливу бюджетних видатків на показники суспільного розвитку.

Основні напрями державного фінансового регулювання економіки на середньострокову перспективу є складовою реалізації стратегічних цілей соціально економічного розвитку країни. Пріоритетними заходами грошово кредитного регулювання є розвиток механізму рефінансування банків, сприяння збалансуванню валютного ринку задля активізації процесів кредитування реального сектору економіки, створення відповідних стимулів для економічного зростання.

Інформаційні джерела

1. Бюджетна складова реалізації домінуючих напрямів суспільного розвитку: монографія / За ред. Л.В. Лисяк. — Дніпропетровськ: ДДФА, 2015. — 396 с.
2. Державне фінансове регулювання економічних перетворень / І.Я.Чугунов, А.В. Павелко, Т.В. Канєва та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.екон.ун т, 2015. — 376 с.
3. Розвиток державних фінансів України в умовах глобалізації: монографія / За ред. І.О. Луніної. — К.: Ін т економіки та прогнозування НАН України, 2014. — 296 с.
4. Чугунов І.Я. Бюджетна система як інструмент регулювання економічного розвитку: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. др. екон. наук. 08.04.01 / І.Я. Чугунов. — К., Ін т екон. прогнозування НАН України, 2003. — 37 с
5. Герасимчук З. В., Вахович І. М., Камінська І. М. Фінансова політика сталого розвитку регіону: Монографія. – Луцьк: Надтир'я, 2006. – 220 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ У СТРАХУВАННІ

Додіван М.О., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Жиликова**
Державний біотехнологічний університет

Широке використання цифрових технологій з кожним днем набуває все більшого значення і стає важливим рушієм не лише фінансового ринку, а й вітчизняної економіки в цілому. Фінансові компанії можуть використовувати новітні технології не лише для розробки нових страхових продуктів, але й для підвищення ефективності виконання регуляторних вимог щодо мінімізації страхових ризиків. Цифровізація є одним з глобальних трендів розвитку сучасного фінансового ринку.

І хоча вітчизняний страховий ринок вважається найконсервативнішим з-поміж секторів фінансового ринку, але незважаючи на це, в галузі спостерігається тенденція збільшення застосування цифрових технологій.

Відповідно до Програми «Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою» Цифрова трансформація (цифровізація) - це перетворення наявних аналогових (іноді електронних) продуктів, процесів та бізнес-моделей організації, в основі якої лежить ефективне використання цифрових технологій. Цифрові технології (згідно з аналітичними звітами Всесвітнього економічного форуму у Давосі): Інтернет речей, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні технології, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн (перелік не є вичерпним та доповнюється) [1].

Активний розвиток цифрових технологій в умовах цифрової економіки стає причиною появи нових ризиків, які можуть виникати в ході наукових досліджень. Частина ризиків цифрової економіки мінімізується завдяки використанню механізмів страхування. Тому під цифровим страхуванням розуміється спосіб задоволення потреб страхувальників у специфічному страховому захисті, обумовленому випадковими несприятливими подіями, що відбуваються переважно у середовищі цифрової економіки та супутніми застосування технологічного обладнання, що є матеріальною базою реалізації економічних відносин [2].

Таким чином, цифрове страхування може розглядатися як спосіб задоволення традиційних потреб у страховому захисті та специфічних, пов'язаних із розвитком цифровізація на основі використання традиційних та цифрових технологій. Ряд дослідників виділяють три основні напрямки цифровізації страхового ринку: інтернетизація (використання Інтернету в бізнес-процесах страхових компаній); індивідуалізація (розробка індивідуальної пропозиції за тарифом, ризиками та іншими умовами на основі отримання даних про страхувальника та об'єкт страхування); діджиталізація (використання цифрових технологій в бізнес-процесах страховиків) [3].

Розвиток страхового ринку в Україні все більше залежить від впровадження нових технологій цифрової економіки, які впливають на технологію страхування, але не змінюють його економічну сутність. В результаті використання цифрових технологій у страховій діяльності: підвищаться ефективність та рентабельність страхової діяльності; здійсниться конвергенція взаємного та комерційного страхування; відбудеться соціалізація страхових відносин; з'являться нові страхові послуги та продукти; зміниться ринок праці у сфері страхування (заміщення автоматизованими системами управління та роботами частини страхових агентів, фахівців нижчої та середньої ланки).

Таким чином, застосування цифрових технологій на страховому ринку дозволить: сприяти конкурентоспроможності страхових компаній на фінансовому ринку, підвищити доступність і якість страхових послуг, знизити витрати та ризики страхової компанії. Цифрове середовище створить умови для високотехнологічного бізнесу, яка зміцнить безпеку клієнта і підвищить якість життя людей. Сьогодні страховикам слід розглядати розвиток технологій і профілактичних послуг на основі даних як форму цілої трансформації бізнесу; регулюючому органу слід адаптувати нормативно-правову базу задля сприяння впровадженню цифрових технологій у страховий бізнес.

Інформаційні джерела

1. Денисенко М. П., Коргун О. П. Інновації на страховому ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 21. С. 79-82.
2. Базилевич В. Д., Приказюк Н. В., Лобова О. М. Цифровізація у забезпеченні конкурентних переваг страхових компаній. Економіка та держава. 2020. № 2. С. 15-20. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.2.15
3. Чвертко Л. А., Корнієнко Т. О., Вінницька О. А. Цифровізація страхового бізнесу як дієвий важіль управління ризиками. Sciences of Europe. 2022. Вип. 89. С. 7-11.

ПОЗИКОВИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ НИМ

Дубина В.В. здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.О. Євдокімова**
Державний біотехнологічний університет

Ефективна фінансова діяльність підприємств неможлива без постійного залучення позичкових засобів. Використання позичкового капіталу дозволяє суттєво розширити обсяг господарської діяльності підприємств, забезпечити ефективне використання власного капіталу, формування різноманітних цільових фондів, підвищити ринкову вартість підприємств. Залучення позикового капіталу дозволяє розширити обсяг господарської діяльності підприємства, забезпечити ефективне використання власного капіталу, прискорити формування цільового фінансування, підвищити ринкову вартість підприємства.

На сьогодні не існує єдиної точки зору щодо визначення позикового капіталу підприємства. Кожен науковець дає своє трактування поняттю «позиковий капітал» і характеризує його по своєму. Одні автори наголошують на необхідності використання та залучення додаткових коштів в розвиток підприємства, а інші вчені стверджують, що підприємство повинно використовувати більше власних коштів для свого розвитку. Позиковий капітал – це грошовий капітал, що надається в позику його власником іншому власнику-підприємцю на певний час, на умовах повернення, за плату у вигляді процента [1].

Поддєрьогін А.М. до залучених коштів відносить кошти інших кредиторів, які надаються підприємствам у позику під певний (обумовлений) відсоток на термін до одного року з оформленням векселя чи іншого боргового зобов'язання [2].

Згідно з П(С)БО 2 позиковий капітал – це заборгованість підприємства, що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди. Філімоненко О. С. додатково залучені кошти підприємства поділяє на: позикові кошти – це кошти, що отримані підприємствами у вигляді банківських кредитів для створення сезонних запасів матеріальних цінностей на покриття затрат виробництва. Вони додаються підприємствам на визначений строк, після закінчення якого повинні бути поверненні банку; залучені кошти – це кошти, що не належать підприємству однак у силу діючої системи розрахунків знаходяться у його обігу [3].

В економічному словнику доктора економічних наук, професора С.В. Мочерного йдеться про те, що позиковий капітал – це грошовий капітал власник якого надає його іншим особам на певний термін у користування за здалегідь обумовлену плату у вигляді процента. Позиковий капітал є відокремленою формою промислового капіталу, він формується із тимчасово вільних коштів, які утворюються в процесі обороту продуктивного та торгового капіталу із трудових заощаджень населення та інших джерел [4].

На основі проаналізованих підходів щодо трактування предмета дослідження можна запропонувати таке визначення його поняття: позиковий капітал – це частина капіталу підприємства, призначена для фінансування його діяльності, отримана на основі терміновості, поверненості, платності, забезпеченості та цільового використання. Капітал, що поряд з іншими видами економічних ресурсів забезпечує виробничий процес, у ринкових умовах перетворюється на один з основних визначальних чинників ефективності господарювання. Від їх правильного формування, величини і раціональної структури значною мірою залежать темпи росту виробництва продукції і національного доходу країни. Капітал підприємства відбиває процес створення, розподілу, використання і відтворення фінансових ресурсів як у масштабах окремого підприємства, так і держави загалом. У зв'язку з цим управління капіталом підприємства на основі залучення й ефективного використання позикових коштів на основі оптимізації його структури є однією з важливих функцій, яка спрямована на забезпечення досягнення високих кінцевих результатів господарської діяльності кожного підприємства.

Управління позиковим капіталом займає важливе місце як у стратегічному, так і в тактичному розвитку підприємства. З одного боку, позиковий капітал забезпечує високу рентабельність, надає підприємству нові можливості для розвитку та реалізації своїх потужностей, досягнення поставлених завдань та цілей, розширення виробництва, забезпечує інвестиційну активність із боку зовнішнього фінансового простору. Залучений капітал дає змогу активізувати діяльність, розширити сферу впливу підприємства.

З іншого боку, велика частка позикових ресурсів у капіталі підприємства підриває його фінансову стійкість, несе низку додаткових витрат та робить підприємство більш несамостійним. Саме тому підприємства часто стикається з проблемою управління позиковим капіталом, адже необхідно постійно аналізувати вплив позикового капіталу на фінансовий стан підприємства-позичальника, зберігати оптимальне співвідношення між частками позикового та власного капіталу в розпорядженні підприємств, оптимізувати

структуру позикового капіталу. Управління позиковим капіталом – це система принципів і методів розроблення та реалізації фінансових рішень, що регулюють процес залучення позикових коштів, а також визначають найбільш раціональні джерела фінансування позикового капіталу відповідно до потреб і можливостей розвитку організації на різних етапах її існування [5].

Основними завданнями механізму управління позиковим капіталом є: винайдення можливих джерел зовнішнього фінансування діяльності підприємства; оптимальне та ефективне використання запозичених коштів, підвищення прибутковості; досягнення високого рівня рентабельності підприємства та утримання середнього рівня його фінансової стійкості; кількісна оцінка всіх можливих ризиків залучення позикових коштів; якісне управління обслуговуванням заборгованості суб'єктів підприємництва; збалансування обсягів власного та позикового капіталу; підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання; вчасність та повнота повернення запозичених коштів кредиторам та виплата дивідендів інвесторам; приведення у відповідність поточного управління позиковими ресурсами стратегічному плану діяльності.

Управління позиковим капіталом – це цілеспрямований процес їх формування з різних джерел і в різних формах відповідно до потреб підприємства у позикових коштах на кожному етапі його розвитку.

У сучасних умовах розвитку підприємництва для фінансування діяльності суб'єкти господарювання, крім власного капіталу, досить часто використовують позиковий капітал. Це сприяє розширенню можливостей формування оборотних активів, має приводити до зростання рентабельності власного капіталу, хоча негативно впливає на фінансову стійкість та платоспроможність підприємств. Тому нерідко це стає причиною дискусій щодо залучення позикових коштів.

Інформаційні джерела

1. Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий менеджмент. 2-ге вид.: Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 520 с.
2. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: Підручник 3-те вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2000. 460с.
3. Філімоненко О.С. Фінанси підприємства: Навчальний посібник. К.: Кондор, 2005. 400 с.
4. Економічний словник. За редакцією доктора економічних наук, професора С.В. Мочерного.
5. Бланк І.О. Управління активами і капіталом підприємства. Київ: Ельга, 2005. 448 с.

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дудка В.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Близнюк**
Державний біотехнологічний університет

Фінансовий ризик є однією з найбільш складних економічних категорій, пов'язаних зі здійсненням господарської діяльності суб'єктів підприємництва. Під фінансовим ризиком підприємства розуміється вірогідність виникнення несприятливих фінансових наслідків у формі втрати доходу або капіталу в ситуації невизначених умов здійснення його фінансової діяльності.

Економічна природа фінансового ризику полягає в тому, він проявляється в процесі економічної діяльності підприємства, прямо пов'язаний з формуванням його доходів і характеризується можливими економічними його втратами в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності. Фінансовий ризик є об'єктивним явищем у функціонуванні будь-якого підприємства, він супроводжує практично всі види фінансових операцій і всі напрямки його фінансово-господарської діяльності. Ряд параметрів фінансового ризику може залежати від суб'єктивних управлінських рішень, але об'єктивна природа його проявлення залишається незмінною. Вірогідність категорії фінансового ризику проявляється в тім, що ризикова подія може відбутися, а може й не відбутися в процесі здійснення фінансової діяльності підприємства. Ступінь цієї імовірності визначається дією як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів, однак вірогіднісна природа фінансового ризику є постійною його характеристикою.

Невизначеність наслідків фінансового ризику визначається недетермінованістю його фінансових результатів, у першу чергу, рівня прибутковості здійснюваних фінансових операцій. Очікуваний рівень результативності фінансових операцій може коливатися залежно від виду й рівня ризику досить у значному діапазоні. Фінансовий ризик може супроводжуватися як істотними фінансовими втратами для підприємства, так і формуванням додаткових його доходів. Проявлення фінансового ризику може характеризуватися як негативними, так і позитивними фінансовими результатами, що вимірюється рівнем можливих наслідків. Ряд негативних наслідків фінансового ризику визначає втрату не тільки доходу, але й капіталу підприємства, що може призвести до фінансової нестабільності, погіршення платоспроможності, фінансової стійкості та банкрутства.

Варіабельність рівня фінансового ризику притаманна окремим фінансовим операціям або певному виду фінансової діяльності підприємства. Рівень фінансового ризику істотно варіює в часі, тобто залежить від тривалості здійснення фінансової операції, тому фактор часу здійснює самостійний вплив на рівень фінансового ризику. Показник рівня фінансового ризику знаходиться під впливом багаточисельних зовнішніх та внутрішніх чинників, які знаходяться в постійній динаміці. Незважаючи на об'єктивну природу фінансового ризику як економічного явища, основний оціночний його показник – рівень ризику – носить суб'єктивний характер. Ця суб'єктивність, тобто нерівнозначність оцінки даного об'єктивного явища, визначається рівнем повноти й достовірності інформаційної бази, кваліфікації фінансових менеджерів, їх досвіду в сфері ризик-менеджменту тощо.

До фінансових ризиків можна віднести такі їх найбільш розповсюджені види: інвестиційний, кредитний, депозитний, податковий, відсотковий, курсовий, валютний, інфляційний, структурний, ризик упущеної фінансової вигоди, ризик ліквідності, платоспроможності, кредитоспроможності та інші.

Джерелом усієї сукупності ризиків, що формуються в результаті здійснення операційної, інвестиційної та фінансової діяльності суб'єктів господарювання, є будь-яке управлінське фінансове рішення щодо тієї чи іншої господарської операції, яка здійснюється в рамках основних напрямів діяльності підприємства.

Сукупний ризик діяльності підприємства складається із системи окремих видів ризиків: операційний ризик, формування якого притаманне господарським операціям, які реалізуються в межах операційної діяльності; інвестиційний ризик, формування якого притаманне господарським операціям, які реалізуються в межах інвестиційної діяльності; фінансовий ризик, формування якого притаманне господарським операціям, які реалізуються в межах фінансової діяльності підприємства.

Ризики, що виникають в у фінансово-господарській діяльності підприємства, у тому числі, в інвестиційній діяльності, визначають необхідність формування адекватної моделі управління такими ризиками – цілісної фінансової системи, спрямованої на виявлення, ідентифікацію, оцінку та нейтралізацію операційних, інвестиційних та фінансових ризиків. Управління такими ризиками спрямоване насамперед на забезпечення стабільності фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання у просторі та часі, а також підтримання належного рівня його конкурентоспроможності у короткостроковій та довгостроковій перспективах.

БАНКІВСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Дяченко Д.О., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**
Державний біотехнологічний університет

Однією з важливих умов забезпечення стійкості світової економіки та фактором успішного економічного розвитку держави та підвищення її інвестиційної привабливості є розвиток банківської діяльності.

Основним трендом розвитку світової економіки на сучасному етапі є її цифровізація. Впровадження цифрової економіки в країнах світу має супроводжуватися, з одного боку, законодавчим врегулюванням цифрових технологій, що зробить їх стандартизованими та безпечними, з іншого, пошуком нових моделей управління та бізнес моделей з використанням цифрових технологій зберігання, обробки та передачі інформації, що призведе до соціально-економічних, інституціональних та виробничих перетворень як в межах окремих країн, так і світової економічної системи.

Особлива увага для успішного впровадження цифрової економіки в країні має приділятися цифровому розвитку фінансового сектора економіки та банківської системи, як його складової. Цифрова трансформація діяльності банків, які забезпечують функціонування економіки, є обов'язковою умовою формування цифрової економіки в країні, так як без ефективної та надійної діяльності банківської системи неможливе економічне зростання.

Вивчення основних тенденцій розвитку банківської діяльності під впливом глобалізації та цифровізації дало змогу визначити такі основні з них: злиття регіональних банківських сегментів та формування окремих глобальних банківських ринків з їхньою подальшою інтеграцією в єдиний світовий банківський ринок; зниження вхідних бар'єрів для капіталу, що перетікає з одного фінансового інституту до іншого; перехід фінансових інститутів від спеціалізації до універсалізації своєї діяльності; повне реформування практично всіх структурних елементів банків; використання нових програмно-апаратних засобів; посилення впливу Fintech-компаній на банківських ринках та поява в їх діяльності послуг, пов'язаних із наданням банківських продуктів; зростання ризиків втрати ліквідності та збільшення кількості кібер-злочинів.

Визначені тенденції, в свою чергу, призводять до зміни функціонування банківської системи. Крім цього, змінюються і традиційні характеристики банківської діяльності. Як наслідок - відбувається трансформація банків та їх перехід до фінансових екосистем.

Фінансова екосистема – це система, яка об'єднує учасників фінансового ринку шляхом використання цифрових технологій.

Новою парадигмою сучасного фінансового сектора стає банкінг. Саме він перетворює традиційну банківську установу у віртуальний інститут, змінює його бізнес-модель, забезпечуючи таким конкурентоспроможність на фінансовому та банківському ринках.

З цією метою, із урахуванням сучасних тенденцій, доцільним є визначення факторів та механізмів формування банківської системи, які в умовах цифрової трансформації дозволять банківській системі України стати конкурентоспроможною на світовому фінансовому ринку.

Дослідження показало, що вивченню питань становлення цифрової економіки в країні та проблемами цифрової трансформації діяльності банків займаються багато вітчизняних науковців.

Разом з цим, більшість досліджень присвячена безпосередньо впровадженню новітніх фінансових технологій в діяльність банків. Незважаючи на різноманітність досліджень, слід визнати, що вони не містять усіх аспектів трансформації банківської діяльності в умовах цифровізації.

Так, не визначені усі причини переходу банків від традиційної банківської діяльності до банкінгу. Крім того, не розкрита сутність таких понять, як «банк», «банківська діяльність», «банківська система» та «екосистема» в умовах цифровізації економіки. І, на жаль, не вирішено проблему захисту кредитних організацій від кіберзлочинів. Крім того, основна частина досліджень стосуються провідних світових банківських систем, не враховуючи вітчизняну специфіку. І як слідство – не визначені механізми, які можуть дозволити українській банківській системі стати конкурентоспроможною.

Враховуючи проведені дослідження, можна відзначити, що цифровізація економіки сприяє не тільки зміні самої моделі світової банківської системи, але й дає нові переваги банківським кредитним організаціям у разі вдосконалення їхньої діяльності. На нашу думку, саме трансформація банківської діяльності дозволити знизити загрози банківській безпеці, підвищити привабливість банків для клієнтів, скоротити витрати та наростити капітал і прибуток, а також зробити банківську систему України конкурентоспроможною серед світових банківських систем.

Інформаційні джерела

1. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. URL: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf

2. Кузнєцова Л. В., Шмуратко Я. А. Регулювання ринку похідних фінансових інструментів в умовах глобальної економічної нестабільності: монографія. Харків, 2018. 248 с.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Здоровий М.П., аспірант
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**
Державний біотехнологічний університет

Фінансовий сектор постійно розвивається, а в сучасних умовах наступної епохи цифрової трансформації, штучний інтелект відіграє важливу роль у покращенні роботи банків, страхових компаній та інвесторів. Один з прикладів успішної імплементації штучного інтелекту - це Monobank, який впровадив нейронні мережі для аналізу зображень та діалогів, градієнтний бустінг для передбачення кредитних ризиків, квантільну регресію для оцінки платоспроможності клієнтів та аналітику графів для визначення зв'язків між клієнтами.

У Monobank нейронні мережі використовуються для розпізнавання зображень та аналізу діалогів. Це дозволяє автоматизувати процеси, такі як перевірка документів, розпізнавання підписів та взаємодія з клієнтами через чат-ботів. Штучний інтелект допомагає підвищити швидкість та точність цих операцій, що важливо для забезпечення надійності та безпеки фінансових послуг.

Градієнтний бустінг потрібен для послідовного навчання алгоритмів. Цей метод дозволяє покращити точність прогнозування кредитних ризиків. Починаючи з навчання першого алгоритму, система вдосконалюється на кожному етапі, навчаючи алгоритми брати до уваги помилки попередніх. Це допомагає банку точніше визначати ризики та приймати рішення щодо виділення кредитів.

Квантільна регресія була реалізована для визначення платоспроможності клієнтів. Цей метод дозволяє банку оцінити можливі ризики, пов'язані з кожним клієнтом, та встановити платіжні ліміти, які відповідають їхнім фінансовим можливостям. За допомогою квантільної регресії я, банк може враховувати екстремальні ситуації та резервувати достатні ресурси для забезпечення фінансової стійкості.

Аналітика графів застосовується для визначення зв'язків між клієнтами. Цей метод дозволяє банку розуміти, як клієнти взаємодіють між собою та виявляти потенційні ризики та можливості. Аналіз графів допомагає виявляти мережі співробітництва та ділитися інформацією між клієнтами, що

допомагає банку покращити обслуговування та пропонувати цільові фінансові продукти.

Банки та фінансові установи дедалі більше звертаються за допомогою до штучного інтелекту для вирішення складних завдань і оптимізації діяльності. Деякі приклади включають:

ZestFinance створила платформу на базі штучного інтелекту, яка допомагає оцінювати позичальників без доступу до їх кредитної історії. Ця технологія розширює доступ до кредитів та допомагає позичальникам отримати фінансову підтримку.

Kasisto допомагає банкам покращити якість обслуговування клієнтів, скоротити обсяг колл-центрів та надає клієнтам підтримку в реальному часі та аналітику витрат.

Abe AI - це віртуальний фінансовий помічник, який інтегрується з різними платформами, надаючи клієнтам найкращі банківські послуги та забезпечуючи зручність у взаємодії.

Albert - фінансовий додаток, який поєднує в собі бюджетування, заощадження та інвестування. Надає різноманітні інструменти для ефективного управління особистими фінансами.

Trim – це онлайн-платформа, яка допомагає користувачам економити гроші, скасовуючи застарілі підписки та знаходячи альтернативні варіанти послуг.

Одним з найновіших прикладів використання штучного інтелекту в Україні є платформа FinAdviser. Ця платформа допомагає підібрати кредитний продукт індивідуально для кожного користувача. Процес роботи платформи включає:

1. Користувач відповідає на питання щодо своїх вимог та побажань до фінансового продукту.

2. Штучний інтелект аналізує цю інформацію та складає модель, яка відповідає користувачеві.

3. Платформа порівнює наявні в базі продукти з врахуванням параметрів користувача.

4. В результаті, користувач отримує топ-3 продукти, які найкраще відповідають його вимогам.

5. Крім цього, FinAdviser розраховує вигоду за кожним обраним продуктом, допомагаючи користувачу зекономити гроші та вибрати найвигідніший варіант.

Отже, штучний інтелект стає необхідною частиною банківських процесів та операцій, допомагаючи вирішувати складні завдання та оптимізувати діяльність фінансових інститутів. Використання нейронних мереж, градієнтного бустінгу, квантільної регресії та аналітики графів дозволяє банкам краще розуміти

поведінку клієнтів, визначати ризики та платоспроможність, а також вдосконалювати обслуговування клієнтів. Канали API, штучний інтелект та машинне навчання допомагають банку краще аналізувати дані клієнтів, роблячи обслуговування більш персоналізованим та ефективним.

У міру поширення інструментів прийняття рішень на основі штучного інтелекту менеджери по роботі з клієнтами можуть більш точно та послідовно допомагати клієнту з кращими продуктами й послугами для управління особистими фінансами. Банки, які використовують штучний інтелект, отримують конкурентні переваги та збільшують свої шанси на успіх у сучасному фінансовому секторі.

Усе це свідчить про те, що штучний інтелект стає ключовим інструментом для оптимізації банківських послуг, забезпечення безпеки та розвитку фінансового сектору в цифрову епоху. Для банків і фінансових установ важливо інвестувати у розвиток та впровадження штучного інтелекту, оскільки це допомагає підтримувати конкурентоспроможність та задовольняти потреби сучасних клієнтів.

Інформаційні джерела

1. Команда monobank розробила сервіс, який вважає ризики для фінкомпаній [Електронний ресурс] // Мінфін. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://minfin.com.ua/ua/2018/11/08/35557281/>

2. Karpenko O. Сторінка monobank: як діти Fintech Band створюють перший “банк без branches” в Ukraine [Електронний ресурс] / Olha Karpenko. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/en/2019/02/19/story-of-monobank-fintech-band/>

3. Стрімке зростання monobank: несподіваний успіх чи продумана до дрібниць віральність? [Електронний ресурс] // Lafounder. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://lafounder.com/case/monobank>

4. Команда Monobank розробила AI-сервіс, який вважає ризики для фінансових компаній// URL: <https://ain.ua/ru/2018/11/08/komanda-monobank-ai-servis/>

5. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації № 1065 від 04.12.2019 // КАБІNET МІНІСТРІВ УКРАЇНИ РОЗПОРЯДЖЕННЯ/ [Електронний ресурс]: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Іванова О.С., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**
Державний біотехнологічний університет

Проблема формування та функціонування системи управління фінансовою стійкістю підприємства, в силу ємності та багатоаспектного змісту поняття фінансової стійкості, є досить складною. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність дослідження питань оцінки та управління фінансовою стійкістю підприємства, які є основою підготовки науково обґрунтованих пропозицій щодо формування та ефективного функціонування системи управління фінансовою стійкістю підприємства.

Під час дослідження було визначено, що в більшості робіт управління фінансовою стійкістю зводиться лише до її оцінки на кінець минулого періоду, або до прогнозування рівня на середньострокову перспективу.

Використання терміна «система управління фінансовою стійкістю підприємства» зустрічається у великій кількості робіт. Аналіз вивчених підходів до формування системи управління фінансовою стійкістю підприємства показав, що більшість їх, за змістом, відповідає методологічним положенням системного підходу

В ході дослідження були визначені певні недоліки розглянутих підходів до формування системи управління фінансовою стійкістю підприємства. Саме це свідчить, що всі вони носять суперечливий змістовний характер, що зумовлено невірним розумінням суті категорії «система управління фінансовою стійкістю підприємства».

У розглянутих підходах означена система ототожнюється із механізмом, або методичним інструментарієм управління фінансовою стійкістю підприємства. З позиції застосування системного підходу все перераховане стосується лише структурних елементів системи управління фінансовою стійкістю підприємства.

На нашу думку, система управління фінансовою стійкістю підприємства є сукупністю підсистем фінансового управління. І саме вони забезпечують фінансову стійкість підприємства.

Традиційними елементами системи управління виступають суб'єкт, об'єкт, механізм і результат управління.

Відносно системи управління фінансовою стійкістю підприємства - суб'єктом виступає керівництво підприємства; об'єктом

управління - сукупність фінансових відносин, грошових потоків, майна підприємства та джерел його формування, фінансові результати та певні ризики, які виникають у ході діяльності.

Результатом управління фінансовою стійкістю, на нашу думку, - цільовий рівень фінансової стійкості підприємства.

Таким чином, механізм управління характеризує, як оптимальним шляхом і за допомогою яких методів та інструментів буде досягнутий цільовий рівень фінансової стійкості.

Тобто, механізм управління фінансовою стійкістю підприємства і є, по суті, сукупністю форм, методів та інструментів управлінського впливу, спрямованих на досягнення та підтримку цільового рівня фінансової стійкості підприємства [1].

У фінансовому управлінні традиційно вважається, що до складу фінансового механізму управління підприємством входять чотири основні елементи: фінансові методи; фінансові інструменти; нормативно-правова база; інформаційне забезпечення [2].

Стосовно структури механізму управління фінансовою стійкістю підприємства слід відзначити, що методами управління фінансовою стійкістю підприємства є конкретні способи впливу на фінансові відносини, майно і джерела його формування, грошові потоки, ризики, фінансові результати підприємства з метою досягнення й підтримки цільового рівня фінансової стійкості.

Дослідження визначило велику кількість способів впливу, узагальнення яких дало змогу угрупувати їх за різними ознаками. Зокрема, залежно від об'єкта управління розрізняють методи управління необоротними активами, оборотними активами (запасами, дебіторською заборгованістю, грошима), пасивами, прибутком підприємства тощо.

Методи управління фінансовою стійкістю підприємства реалізуються через інструменти управління, які притаманні конкретному методу. А саме, з метою управління необоротними активами підприємства використовується норма амортизації. Управління грошовими потоками підприємства здійснюється шляхом корегування рівня цін, зміною форми безготівкових розрахунків та відсоткових ставок за укладеними кредитними договорами, або ставок дисконтування.

Дія методів фінансового управління регламентована нормативними правовими актами, які обумовлюють різні аспекти діяльності підприємств.

Слід відзначити, що значну роль в ефективному управлінні фінансовою стійкістю підприємства грає інформаційне забезпечення.

Управління вимагає вибору з множини альтернативних варіантів одного рішення, найбільш доцільного з точки зору керівництва. Саме тому, особливе значення має своєчасна та достовірна інформація про фактори внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Інформаційне забезпечення включає прогнозу, поточну та оперативну інформації про всі види діяльності підприємства [1].

Підсумовуючи, відзначимо – механізм управління відіграє найважливішу роль у системі управління фінансовою стійкістю підприємства, оскільки саме за допомогою нього реалізуються основні функції управління фінансовою.

Інформаційні джерела

1. Фінансовий аналіз : навч. посібник / уклад.: Н.Л. Марусяк. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с.

2. Чемчикаленко Р.А., Сукрушева Г.О., Ткаченко А.Ю. Теоретичні основи управління фінансовим станом підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 27. С. 350–354.

3. Кащена Н. Б. Формування стратегічних орієнтирів забезпечення економічної стійкості підприємства в умовах невизначеності. Фінансові механізми антикризового управління: сучасні реалії та стратегічні орієнтири: колективна монографія / за заг. ред. А.С. Крутової; Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. С. 258-278. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/24897>

4. Кащена Н. Б., Лисак Г. Г., Бойко А. О. Статистичний моніторинг фінансового стану підприємства як інформаційна система підтримки прийняття рішень з його стабілізації. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2009. Вип. 1(1). С. 120-127. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2009_1\(1\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2009_1(1)_20).

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ФІНТЕХ-ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Іванюта М.О., аспірант
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Близнюк**
Державний біотехнологічний університет

Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року передбачає створення фінтех-екосистеми, яка задовольнятиме потреби споживачів, учасників ринку, держави, надавачів пов'язаних послуг тощо. Вона повинні бути конкурентною та цілісною, інвестиційно привабливою та прибутковою, технологічно та юридично захищеною,

мати передове і зважене регулювання, технологічно відкритою і доступною, забезпечувати синергію та надавати рівні можливості всім стейкхолдерам; потужною та інноваційною, безпечною та інтегрованою в глобальну екосистему.

Місією даної стратегії є стимулювання розвитку інновацій на фінансовому ринку з метою появи якісних та доступних фінансових послуг, підсилення стартап-руху та ефективної конкуренції в інтересах захисту споживачів через розвиток кешлес-економіки, підвищення фінграматності та створення сталої фінтех-екосистеми.

Ключовими принципами та фундаментальними засадами досягнення стратегічних цілей розвитку фінтеху в Україні є забезпечення регулювання фінансового ринку насамперед для підтримки його стабільності, підвищення ефективності фінансових інституцій завдяки діджиталізації індустрії.

Масове поширення та проникнення фінансових інновацій може істотно поліпшити ефективність витрат та конкурентоспроможність фінансової системи. Підтримка фінтех-ринку через запровадження прозорих сучасних методів регулювання може підсилити цей процес, якщо розглядати світові практики регулювання, де поєднується, з одного боку, інноваційне регулювання, а з іншого – захист споживача.

Вплив новітніх технологій на сучасний фінансовий ринок сьогодні дуже складно переоцінити. Фінтех-індустрія бурхливо та невпинно розвивається, проникає в усі сфери фінансової діяльності та демонструє клієнтам нові й зручні фінансові сервіси та інструменти.

Завдяки цьому сучасний споживач кардинально змінює своє ставлення до фінансових послуг. Він прагне дистанційності, легкості та безпеки в управлінні власними фінансами. У цій синергії народжується майбутнє фінансового сектору – і світового, і українського. І це майбутнє нерозривно пов'язане з фінтехом.

Фінансовий ринок зазнав кардинальних змін упродовж останнього десятиріччя. За цей час він трансформувався з моделі традиційного корпоративного бізнесу банків до цілих екосистем банківського та небанківського ринків.

Трансформації продиктовані й новими викликами, що стимулюють активне зростання діджитал-операцій та формують попит на цифрові продукти і сервіси у фінансовій сфері. Стратегія розвитку фінтеху в Україні структурує та деталізує тренди і напрями розвитку фінансових інновацій та є розширеним баченням стратегічної цілі забезпечення розвитку ринку фінтех, цифрових технологій та платформ регуляторів.

Упродовж тривалого часу банки зростали завдяки пропозиціям традиційних релевантних продуктів. Наприклад, клієнтам з поточними рахунками пропонувались кредитні картки, персональні кредитні лінії, позики на купівлю житла тощо. Згодом, під впливом змін потреб клієнтів та розвитку технологій, банки почали пропонувати суміжні продукти, виходячи за межі корпоративного бізнесу. А саме – пропонували управління рахунками, факторинг, бухгалтерські послуги, аналіз руху ліквідності для малого та середнього бізнесу. Фінтех-стартапи почали виводити на ринок мобільні застосунки з управління рахунками. Деякі фінансові установи пішли далі у небанківських пропозиціях, надаючи мобільні послуги, а дехто кооперувався з іншими провайдерами та компаніями страхування.

Розширюючи межі корпоративного бізнесу, традиційні гравці почали формувати ціннісні партнерства в суміжних індустріях, створюючи екосистеми з додатковими перевагами для клієнтів. Партнерство з фінтехами та цифровими гігантами в межах створення таких екосистем відкрило нові можливості як для традиційного бізнесу, клієнтів, так і для самих фінтехів.

Якщо говорити про вплив на економіку від такого розширення ландшафту фінансового ринку, насамперед варто зазначити про соціальний вплив у формі фінансової інклюзії – включення до фінансових екосистем населення, яке перебувало поза їхніми межами, та малого і середнього бізнесу.

Щодо економічного впливу то широке використання інноваційних рішень посилює стійкість фінансової системи через підвищення ефективності витрат та оптимізацію процесів, створюючи умови для гнучкішої адаптації до непередбачуваних подій.

Підтримка діджитал-трансформацій на фінансовому ринку України потребує прозорого та відкритого регулювання, в основі якого – рівні умови для розвитку інновацій для всіх учасників ринку.

Інформаційні джерела

1. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/fintech2025>

2. Kashchena N, Nesterenko I. Digitalization of the innovative development management information service of the enterprise. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship. Monograph. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 238-254 URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/31559>

ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ісаснко М.А., здоб. ОС «Магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.О. Нагасва**
Державний біотехнологічний університет

Запровадження воєнного стану в Україні через широкомасштабне вторгнення РФ на територію нашої держави змінило звичні умови життєдіяльності суспільства. До цього фізичні та юридичні особи отримували кредитні кошти на різні потреби, розраховуючи на певну стабільність. Сьогодні у ситуації повної або часткової відсутності роботи, вимушеної зміни місця проживання внаслідок воєнних дій, окупацією нових територій, споживачі позбавлені широкого доступу до кредитних ресурсів.

Зменшення рівня платоспроможності юридичних і фізичних осіб значно погіршило ситуацію на кредитному ринку України, зокрема, різко збільшився показник частки прострочених кредитів. Більшість фінансово-кредитних установ різних форм власності постали перед проблемами неповернення значної частки активів і змушені терміново формувати резерви, що безпосередньо впливає на їх позицію на кредитному ринку.

Кредитування реальної економіки скоротилося на 5% (55 млрд грн.), а позики Уряду в ОВДП – на 2% (11 млрд грн). Слід зазначити, що загальне банківське кредитування економіки скоротилося на фоні заохочуваного державою значного росту пільгових кредитів.

Роль Національного банку України, як головного регулятора, спрямована на дерегуляцію фінансово-кредитного ринку, мета якої – підтримання учасників та зосередження на підтриманні основних показників фінансової стійкості на достатньому рівні.

Необхідною умовою безпечного функціонування кредитного ринку та його учасників є висока ліквідність їхніх активів, можливість їх раціонального розподілу, спрямовані на вирішення основної проблеми - підтримання достатності капіталу для реалізації загальної стратегії успішної діяльності кожного учасника ринку та фінансово-кредитної системи загалом.

Кредитний ринок в Україні представлений такими структурами, як банки, небанківські фінансові установи та інші юридичні особи, що не мають статусу фінансових установ, проте мають відповідні ліцензії. Основним регулятором на цьому ринку виступає держава в особі НБУ, який контролює діяльність учасників ринку банківських та

небанківських фінансових послуг, небанківських фінансових груп, платіжного ринку, колекторських компаній та інших юридичних осіб-учасників кредитного ринку [1].

Протягом дії воєнного стану Національний банк України реалізує комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на підтримання фінансово-кредитної стійкості кредитного ринку в державі та регулювання фінансового сектору. Основними з них є такі: підтримання кредитної сфери шляхом надання її учасникам оборотних коштів у вигляді кредитів з відстрочкою платежу до одного календарного року під зменшену відсоткову ставку; відновлення міжнародного кредитування (траншів) для підтримки стабільності економіки держави через міжнародні державні інституції та транснаціональні компанії для додатково залучення в кредитний сектор України; зниження видатків обігу у сфері міжнародних розрахунків шляхом використання кредитних інструментів [2].

Узагальнюючи викладене, зауважимо, що досвід України щодо розвитку кредитних відносин на кредитному ринку та його саморегулювання повинно спиратися на міжнародний досвід, країн, що пройшли подібний шлях,

Основою для відновлення обсягів функціонування фінансово-кредитного ринку України має стати державне регулювання. Це необхідна умова для майбутнього розвитку різних інвестиційних програм та пільгових кредитів на відбудову підприємств різних галузей економіки. Захист та регулювання кредитного ринку визначають наскільки стабільними та великими за розміром капіталу будуть гравці, що виступають кредитними інституціями та зможуть гарантувати економічну безпеку в довгостроковій перспективі, безпечно інтегрувавшись у світовий фінансово-кредитний простір.

Інформаційні джерела

1. Савченко Т. Г., Піонтковська Я. О. Структура та інструменти грошово-кредитного ринку. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2020. Вип. 37. С. 169–180.

2. Садчикова І., Садчиков В. Державне регулювання кредитного ринку в умовах військового стану в Україні. Проблеми і перспективи економіки та управління. №3 (31), 2023, С. 190–200. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-3\(31\)-190-200](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2022-3(31)-190-200)

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Карпенко Н.В., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Горюх**
Державний біотехнологічний університет

Оскільки, на думку фахівців, близько 80 % загальної суми дебіторської заборгованості припадає на розрахунки з покупцями, особливу увагу варто приділяти управлінню дебіторською заборгованістю по розрахункам за реалізовану продукцію. Загалом процес управління дебіторською заборгованістю можна розділити на дві групи: управління формуванням та управління інкасацією дебіторської заборгованості [1].

Для налагодження ефективної роботи управління дебіторською заборгованістю необхідно постійно здійснювати її аналіз, тобто проводити моніторинг. В аналіз необхідно включати: дослідження динаміки зміни величини та структури заборгованості та розрахунок низки показників, що характеризують оборотність дебіторської заборгованості (коефіцієнт відволікання коштів у дебіторську заборгованість, коефіцієнт оборотності, період погашення дебіторської заборгованості, коефіцієнт простроченої заборгованості, середній "вік" простроченої дебіторської заборгованості).

Якщо виникає загроза перетворення дебіторської заборгованості в сумнівну, то означає, що компанія не просто втратить свій прибуток, а отримає збиток, для покриття якого необхідно буде використовувати власні фінансові кошти. А в умовах ринкової економіки – це неймовірна розкіш та "подарунок" конкурентам. Отже, для того щоб підприємство могло вийти з цієї ситуації з мінімальними втратами, є можливість проводити рефінансування дебіторської заборгованості. Рефінансування дебіторської заборгованості – це прискорене переведення в інші форми оборотних активів підприємства: грошові кошти та високоліквідні короткотермінові цінні папери [2].

Відповідальний за договором менеджер зобов'язаний обґрунтувати виниклу заборгованість і узгодити з контрагентом очікувану дату і спосіб погашення (оплата грошовими коштами, взаємозалік при наявності зустрічних договорів, дата надходження товарів і послуг при дебіторській заборгованості постачальника). Якщо термін оплати пропущений або дебіторська заборгованість перевищує кредитний ліміт, то наступні відвантаження автоматично забороняються. Без погашення простроченої дебіторської

заборгованості для відновлення відвантажень необхідно узгодити з керівництвом збільшення кредитного ліміту або відвантаження з відстрочкою платежу.

При винесенні позитивного рішення менеджер по договірній роботі вносить зміни в картку контрагента, тим самим дозволяючи відвантаження. Для отримання відстрочки платежу контрагент направляє на адресу СП гарантійний лист з оплати в узгоджений термін [3].

Як показує досвід з роботи за дебіторською заборгованістю, в більшості випадків причиною прострочення платежів стає не складне фінансове становище клієнта, а бажання використати кошти продавця для фінансування власної діяльності. При цьому співробітники компанії можуть посилатися на неефективну роботу банку, а також на забудькуватість і відсутність ключових співробітників.

Менеджер, відповідальний за договір, зобов'язаний відстежувати виникнення простроченої дебіторської заборгованості, вести роботу з клієнтом по можливості якнайшвидшого погашення, ініціювати в разі виникнення проблемної заборгованості про припинення відвантажень, взаємодіяти з юридичним відділом при подачі претензій на адресу контрагента.

Таким чином, облік дебіторської заборгованості на підприємстві потребує особливої уваги, поступового вирішення проблем та розробки індивідуального підходу до дебіторів підприємства. Важливим є заздалегідь передбачити та не допустити надмірного зростання дебіторської заборгованості тому, що саме ефективне управління дебіторською заборгованістю відноситься до необхідних умов успішної діяльності підприємства, оскільки воно створює передумови для швидкого зростання бізнесу і збільшення фінансових можливостей підприємства. Ефективне управління заборгованістю дозволить реально охарактеризувати фінансове становище і приймати важливі стратегічні рішення зі стабілізації стану на ринку та зниження витрат.

Інформаційні джерела

1. Хома І.Б., Андрушко Н.І., Слюсарчик К.М. Фінансовий аналіз : навч. посібн. Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2009. 344 с.
2. Партин Г.О., Селоченко Н.Є. Фінансовий менеджмент : навч. посібн. Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2010. 332 с. Режим доступу: <http://www.business.if.ua>. (дата звернення 12.10.2023)
3. Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз : навч. посібн. К. : Вид-во КНЕУ, 2005. – 592 с.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЙОГО ДІАГНОСТИКИ

Карпінський О.Ю., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Близнюк**
Державний біотехнологічний університет

Інноваційний розвиток національної економіки вимагає формування достатнього фінансового потенціалу суб'єктів підприємництва, від якого залежить фінансова стійкість і стабільність їх діяльності та успішна реалізація фінансової стратегії.

Для успішного функціонування в умовах кризи та нестабільності, підвищеної конкуренції на ресурсних та споживчих ринках підприємствам необхідно розробити комплексну систему формування, оцінки та використання фінансового потенціалу. У цьому контексті важливим завданням є активний пошук нових фінансових джерел на ринках капіталу, які є невід'ємною складовою фінансового потенціалу суб'єктів господарювання.

Існує декілька наукових підходів до розуміння сутності фінансово-економічного потенціалу підприємства: 1) ресурсний підхід, як сукупність різних видів ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових), необхідних для становлення, функціонування та розвитку підприємства в поточному та довгостроковому періодах; 2) факторний підхід: сукупність матеріальних, трудових, фінансових, ринкових та інших чинників, які забезпечують досягнення мети корпоративної та фінансової стратегії функціонування та розвитку підприємства; 3) комплексний підхід: здатність комплексу ресурсів економічної системи підприємства виконувати поставлені перед нею завдання.

Фінансовий потенціал повинен відображати фінансові можливості підприємства завдяки функціонуванню цілісної системи, яка включає сукупність усіх видів ресурсів та економічних чинників в їхньому взаємозв'язку та єдності, що дозволяє приносити підприємству необхідний фінансовий результат за умови стабільного фінансового стану та досягати стратегічних цілей розвитку.

Підприємства повинні створити ефективну систему та дієвий механізм формування, діагностики та управління власним фінансовим потенціалом, який повинен бути інтегрований в загальну систему управління та корпоративну стратегію розвитку підприємства.

В управлінні фінансовим потенціалом підприємства важливу роль відіграє діагностика фінансового потенціалу, яка передбачає

систематичну й всебічну його оцінку з використанням різних наукових підходів та методів аналізу.

Виділяються такі основні методичні підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства: метод застосування інтегральної або факторної моделі; метод експертного оцінювання фінансових коефіцієнтів або фінансових індикаторів; комбінований метод діагностики наявного та прогнозованого фінансового потенціалу підприємства, який використовувався нами в процесі дослідження.

Діагностика фінансового потенціалу підприємства шляхом застосування інтегральної моделі має на меті розрахунок інтегрального показника, побудованого за обраними групами показників та дослідження його динаміки за визначений період часу.

Діагностика фінансового потенціалу методом експертного оцінювання фінансових коефіцієнтів та індикаторів являє собою аналіз основних абсолютних та відносних показників підприємства у динаміці та екстраполяції й прогнозу цієї динаміки на майбутній період.

Основою використання комбінованих методів діагностики є поєднання оцінки поточного та прогнозованого фінансового потенціалу підприємства, аналізу системи зовнішнього і внутрішнього середовища та оцінки ефективності менеджменту стратегічного розвитку підприємства.

Фінансову оцінку та прогноз ефективності формування та використання фінансового потенціалу підприємства можна також здійснювати за допомогою багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу, який дозволяє оцінити комплексний вплив системи взаємопов'язаних показників та чинників на результативну ознаку: ефективність використання наявного фінансового потенціалу підприємства. На основі побудованих багатофакторних регресійних можна робити прогноз на майбутній період та підвищувати ефективність управління фінансовим потенціалом підприємства.

Використання запропонованого методичного інструментарію надає можливість підприємствам удосконалити процес формування, оцінки та використання фінансового потенціалу, що вплине на показники фінансових результатів та фінансового стану, підвищення капіталізації, загальну ефективність діяльності відповідно до оперативних та стратегічних напрямів розвитку підприємства.

Таким чином, фінансовий потенціал є одним із основних чинників, що визначає успішність роботи підприємства в сучасних динамічних ринкових умовах. Чим вищий фінансовий потенціал, тим більш ефективним, результативним, конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Кишинський Д.О., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Г.Г. Лисак
Державний біотехнологічний університет

Стабільне функціонування, зміцнення конкурентоспроможності, підвищення економічної ефективності діяльності підприємств, за сучасних умов макроекономічної нестабільності, рецесії, високої імпортозалежності, низької купівельної спроможності населення дуже ускладнюється.

В умовах посилення економічних викликів та фінансових ризиків все більш нагальним стає завдання забезпечення фінансово-економічної стійкості вітчизняних підприємств.

Управління потенціалом фінансово-економічної стійкості залежить, як, від сформованості фінансової і економічної складових потенціалу, так і від впливу галузевих особливостей функціонування підприємств.

Однією з домінантних ознак стійкості є її довгострокове збереження незалежно від дії зовнішніх і внутрішніх чинників і загроз. Саме це посилює значимість управління формуванням та реалізацією її потенціалу.

Наразі, в теорії та практиці, головна увага приділяється дослідженню питань управління фінансовим станом, економічним станом, фінансово-економічною ефективністю господарювання, потенціалом підприємства, фінансово-економічною безпекою, стійкістю бізнесу та іншими його параметрами.

Разом з цим, недостатньо науково-практичних напрацювань у сфері аналізу та діагностики стану і прогнозування розвитку потенціалу фінансово-економічної стійкості суб'єктів господарювання. А саме він є однією з провідних умов стабільного функціонування та розвитку підприємств.

Управління потенціалом фінансово-економічної стійкості залежить від сформованості як фінансової, так і економічної складових потенціалу. Крім того певний вплив здійснюють і галузеві особливості функціонування підприємств.

Дослідження теоретико-методичних підходів до формулювання категорій «фінансова» та «економічна» стійкість, «фінансовий стан» і «потенціал підприємства» дало змогу визначити сутність потенціалу

фінансово-економічної стійкості підприємства, як характеристику його здатності забезпечувати такий його фінансовий стан протягом певного періоду часу, який характеризується високою ефективністю формування та використання ресурсів.

Діючи методики аналізу потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства дають змогу отримати характеристики на основі розрахунків системи відповідних показників, які є індикаторами: фінансового стану та фінансової стійкості; ресурсного забезпечення; ефективності використання ресурсів; нарощування потенціалу.

Можна виділити загальний підхід до дослідження потенціалу фінансово-економічної стійкості, який передбачає використання комплексу методів та показників для отримання загальної оцінки фінансової стійкості, фінансового стану та економічної стійкості.

Узагальнення результатів вивчення існуючих підходів до аналізу фінансово-економічної стійкості підприємств дало змогу стверджувати про певні відмінності, які притаманні науковим дослідженням у даному напрямку.

Негативним моментом є відсутність єдиної методики аналізу та використання великої кількості показників, окремі з яких тісно пов'язані між собою, а іноді і дублюють один одного. Це ускладнює діагностику потенціалу фінансово-економічної стійкості та погіршує його якість.

Найбільш використовуваними методами оцінки фінансово-економічної стійкості є коефіцієнтний та інтегральний. Саме інтегральний показник фінансово-економічної стійкості є основою визначення рівня потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємств.

В ході дослідження нами були визначені основні етапи розвитку потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємств. А саме: формування, нарощування, реалізація та утримання провідних ринкових позицій.

Вважаємо дане виділення важливим в процесі діагностики ефективного використання потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємств.

Так, на етапі формування потенціалу основним є накопичення необхідного фінансового ресурсу. На етапі нарощування – збільшення чисельності фінансово самостійних суб'єктів господарювання. На етапі утримання позицій – нарощення фінансово-економічної стійкості на основі перерозподілу інструментів розміщення капіталу.

Звісно, що на кожному з етапів більш актуальним є застосування різних методів та інструментів управління потенціалом фінансово-економічної стійкості підприємств.

Інформаційні джерела

1. Викиданець І. В. Діагностика типів фінансової стратегії формування власного капіталу торговельних підприємств. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Економіка. 2019. Вип. 16. С. 120-128.

2. Ковтуненко К. В., Шаповал Я. В. Використання методів стратегічного аналізу для оцінки фінансового потенціалу підприємства. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_20

3. Саух І. Фінансовий потенціал підприємства як об'єкт стратегічного аналізу. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. № 1. С. 132-140.

4. Staverska T., Kashchena N., Zhyliakova O. Financial diagnostics as instrument for promoting sustainable development of the enterprise in a crisis conditions. Professional competency of modern specialist: means of formation, development and improvement: monograph. Warsaw: BMT Eridia, 2018. Sp. z o.o. P. 3830398.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Коваль Ю.І., здоб. ОС «магістр»

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

При створенні підприємства, його власників хвилює, перш за все прибутковість, тобто щоб доходи підприємства покривали витрати й перетворювалися у прибуток. Чим більший прибуток тим ефективніше відбувається розвиток і з'являються можливості для розширення виробничої діяльності підприємства, оскільки основним показником для визначення ефективності діяльності підприємства є рентабельність.

Прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал з метою досягнення певного комерційного успіху, проте він характеризує лише ту частину доходу, яка «очищена» від затрат, понесених на здійснення цієї діяльності.

Узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є його валовий прибуток – загальна сума прибутку

підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, включаючи прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), в тому числі продукції допоміжних і обслуговуючих виробництв, основних засобів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей тощо.

Показники рентабельності більш повно, чим прибуток, характеризують кінцеві результати господарювання, тому що їх величина відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Їх використовують і як інструмент в інвестиційній політиці, і у ціноутворенні.

Різноманітність варіантів рішень, що приймаються при визначенні прибутку, поточних витрат, авансованій вартості для розрахунку рентабельності обумовлюють наявність значної кількості її показників [1].

У сучасних ринкових умовах для того, щоб покупці віддавали перевагу продукції, виготовленій даним підприємством, щоб товари користувалися великим попитом, необхідно ретельно стежити за фінансовим станом, організовувати виробничу діяльність з дотриманням всіх вимог трудового законодавства та техніки безпеки, проводити моніторинг техніко-економічних показників діяльності підприємства.

Доцільно проводити моніторинг фінансового стану підприємства, тобто усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу.

Основна мета аналізу прибутку і рентабельності – виявлення та оцінка резервів зростання фінансових результатів і впровадження їх у виробництво [2].

В сучасних умовах господарювання проблема управління прибутком підприємства набуває все більшого значення, оскільки саме в прибутку концентрується ефект усієї господарської діяльності підприємства. Чистий прибуток є основним власним фінансовим джерелом інтенсивного та інноваційного розвитку підприємства, реконструкції виробництва, модернізації його матеріально-технічної бази, підвищення соціальних стандартів. Процесу планування прибутку керівництво багатьох підприємств не надає достатньої уваги.

Процес планування прибутку – це розробка системи заходів щодо забезпечення її формування прибутку в необхідному обсязі й ефективне його використання згідно завдань розвитку підприємства в майбутньому періоді.

Ефективність управління процесами утворення прибутку значною мірою залежить від якості аналізу, реальності виявлених

резервів збільшення прибутку, економічного обґрунтування планів формування і використання прибутку на майбутній період [2]. З метою підвищення обсягу прибутку доцільно скоротити всі витратні статті, а саме зменшити транспортні витрати, налагодити систему збуту, підвищити продуктивність праці, скоротити витрати на виробництво та реалізацію продукції.

Отже, прибуток має забезпечити підприємство власними коштами для розширення виробничих засобів, стимулювати підвищення ефективності виробництва та формування централізованого грошового фонду. Від досконалості форм і методів розподілу прибутку та ефективності управління ним залежить зацікавленість підприємств та окремих працівників у постійному зростанні й удосконаленні виробництва та підвищенні ефективності роботи підприємства.

Інформаційні джерела

1. Власенко Т. Ю. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. Молодий вчений, 2018. № 12(64). С. 256-259
2. Спіфанова І. Ю. Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Економіка та суспільство, 2020. № 3. С. 189-192.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСІВ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Козьміна К.В., Юхимук І.А., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

Цифрова трансформація охоплює впровадження новітніх технологій у всі сфери бізнесу, від щоденних задач до стратегічного планування. Це також вимагає перегляду корпоративної культури та способів взаємодії в команді.

Щодо компетенцій фінансиста в цифрову епоху, то до них входять:

- Загальна цифрова грамотність: це обробка даних, ефективна комунікація в цифровому форматі, створення цифрового контенту та його безпека.
- Спеціалізовані знання: такі як хмарні технології, захист і конфіденційність даних, аналіз інформації та розуміння нових бізнес-моделей.

- Soft skills: це критичне мислення, креативність, уміння працювати в команді, приймати рішення в умовах цифрового середовища та постійне вдосконалення своїх навичок.

Основою цифрової трансформації є застосування технологій для створення нових бізнес-моделей, програм та систем. Це призводить до підвищення продуктивності, конкурентоспроможності та загального розвитку компанії [1]. Сучасна економіка вимагає, щоб компанії базувалися на своєму досвіді, розуміли свої слабкі сторони та активно впроваджували інновації.

Сучасний підхід до моделювання бізнесу визначається фреймворком «канва бізнес-моделі», розробленим Остервальдером А. та Пінье Ю. Вони співпрацювали з експертами з 45 країн, об'єднуючи основні елементи бізнес-моделі в цілісну концепцію, що включає ключових партнерів, види діяльності, ресурси, пропозиції та інші компоненти [2; 3]. У контексті цифрової трансформації зв'язок між цими елементами залишається відкритим для обговорення.

Що стосується фінансової сфери, вона включає ключові показники, які відображають ефективність бізнес-моделі в фінансовому відношенні, а також різні індикатори результативності.

Останніми роками процес цифровізації фінансової діяльності підприємств активно здійснюється за допомогою таких передових технологій та інструментів: Big Data, Blockchain, електронний обіг документів, стандартні технологічні бази та рішення, штучний інтелект, віртуальні інфраструктури та доповнена реальність [4].

Завдяки грамотній інтеграції цих технологій можна створити єдиний цифровий інтерфейс для співробітників, де буде можливість оперативно виконувати різноманітні завдання - від замовлення довідки до подачі заявок на придбання обладнання. Тут особливу роль відіграє машинне навчання та штучний інтелект, які допомагають: автоматично сортувати та класифікувати вхідні документи, витягувати з них необхідну інформацію і автоматично заповнювати реквізити в системі; автоматично формувати проекти резолюцій та рекомендувати виконавців для конкретного документа; спрощувати і прискорювати процес пошуку документів завдяки обробці запитів, сформульованих природною мовою, без потреби в деталізації критеріїв пошуку.

Ключові інструменти для цифрового управління фінансами включають: електронний документообіг, обробка великих обсягів даних, використання хмарних рішень та чат-ботів для комунікації. Хоча ці інструменти вже не є новими, вони надзвичайно цінні для оптимізації фінансових операцій.

Основною ідеєю цифрової трансформації є прагнення до оптимізації та ефективності. Кожна компанія унікальна, тому важливо розуміти, що спонукає її до цифрової зміни. Головна причина –

бажання зробити бізнес більш конкурентним. Стратегія цифрової трансформації повинна слугувати маяком, що вказує напрямок розвитку і відповідає фінансовим цілям.

Інформаційні джерела

1. Бортнік А.М. Цифрова трансформація бізнес-моделі підприємства. Стратегія економічного розвитку України. № 47(2020). С.16-29.

2. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2018. № 2(24). С. 4–12.

3. Лісова Р.М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24(2). С. 114–118. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg>

4. Федулова Л. Тенденції розвитку та впровадження цифрових технологій для реалізації цілей сталого розвитку. Економіка природокористування і сталий розвиток. Київ : ДУ ІЕПСР НАН України, 2020. № 7(26). С. 6–14. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/166840>

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОГОВОРІВ СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Кузьменко Є.А., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц **Г.О. Нагаєва**

Державний біотехнологічний університет

Запровадження воєнного стану в Україні вплинуло на всі сфери взаємовідносин та внесло корективи у звичне нам до цього часу правове регулювання багатьох процесів. Умови життєдіяльності після запровадження воєнного стану, безумовно, вплинули і на ринок страхування, а особливо на дотримання договірних відносин між учасниками страхового процесу.

Згідно з законодавством України, предметом договору страхування можуть бути майнові інтереси, що не суперечать закону і пов'язані:

- з життям, здоров'ям, працездатністю та пенсійним забезпеченням (особисте страхування);
- з володінням, користуванням і розпорядженням майном (майнове страхування);

- з відшкодуванням страхувальником заподіяної ним шкоди особі або її майну, а також шкоди, заподіяної юридичній особі (страхування відповідальності) [1].

У зв'язку з військовою агресією, було завдано шкоди життю, здоров'ю та майну багатьох громадян. При настанні страхових випадків у довоєнний час, застрахована особа зверталася до страховика для відшкодування збитків. В умовах воєнного часу, доводиться виходити з умов договору про страхування, укладеного зі страховою компанією та розглядати кожний випадок окремо.

За загальною тенденцією укладення договорів на території України, в страхових полісах зазначено, що збитки, завдані внаслідок військової агресії не є предметом страхування. Так само, страховий захист не розповсюджується на випадки конфіскації, вилучення, ревізії майна за рішенням влади або випадки пошкодження майна внаслідок влучання бомби, снаряду або іншого засобу ведення війни.

Звичайно це не означає ануляцію договору страхування та скасування можливості отримати компенсацію збитків під час дії воєнного стану, якщо настає страховий випадок. Ключовим фактором є саме причинно-наслідковий зв'язок між збитками та подією, що їх утворила.

Якщо шкода була завдана внаслідок військової агресії, то ця подія не буде підставою відшкодування, адже вона не зазначена у договорі як страховий випадок. Однак, якщо наслідком завдання шкоди була інша подія, не пов'язана із війною, то договір страхування продовжує діяти на ці випадки, і страхувальник має повне право на отримання відшкодування відповідно до умов договору. Тобто, якщо сталося стихійне лихо чи природний катаклізм, і майно було пошкоджене то договір буде діяти.

Сам по собі факт введення воєнного стану не може бути підставою у відмові відшкодування за договором страхування. Воєнний стан зазначений у договорі страхування як форс-мажорна обставина. Страхова компанія може відмовитися у виконанні своїх обов'язків по відшкодуванню, обґрунтовуючи це воєнними діями лише у випадку застосування інституту форс-мажорних обставин, до яких ці дії і відносяться. Форс-мажорними обставинами (обставинами непереборної сили) є надзвичайні та невідворотні обставини, що об'єктивно унеможливають виконання зобов'язань, передбачених умовами договору (контракту, угоди тощо), обов'язків згідно із законодавчими та іншими нормативними актами [2].

У випадку відмови страховиком у відшкодуванні внаслідок настання форс-мажорних обставин, останній повинен так само обґрунтувати причинно-наслідковий зв'язок між воєнними діями та наслідками, що унеможливають виплату відшкодування. Наприклад, якщо внаслідок військової агресії було знищено центральний офіс страховика та разом із ним пошкоджено усі фізичні носії інформації про клієнтів і укладені договори, то такий випадок можливо визнати як форс-мажорну обставину.

Настання форс-мажорних обставин автоматично не звільняє від виконання зобов'язань, а лише може бути підставою для звільнення від відповідальності за невиконання або неналежне виконання зобов'язань (наприклад, звільнення від штрафу, пені). Тобто, якщо страховик у встановленому договором порядку повідомив страховальника про настання форс-мажорних обставин, він може погодитися із ними, або ж заперечувати та вимагати виконання зобов'язань. В такому випадку можна звертатися до суду, і вже під час розгляду справи, страховик повинен доводити причинно-наслідковий зв'язок між подіями та наслідками. Це правило є загальним для усіх форс-мажорних обставин і діє у мирний час. Так само і страховальник, може бути звільнений від відповідальності, наприклад, за несплату платежів по договору, якщо доведе, що він підпав під дію форс-мажорних обставин, і є причинно-наслідковий зв'язок між подією і причинами несплати.

При настанні страхових випадків, передбачені договором страхування на територіях ведення бойових дій чи окупованих територіях України після 24 лютого 2022 р., страховик може відмовити у виплаті відшкодування. Це стосується і майна, що було пошкоджено на територіях ведення воєнних дій чи окупованих територій.

Для спрощення процедури підтвердження страхового випадку, Національний Банк України рекомендує страховикам спростити процедуру врегулювання випадків, що мають ознаки страхових. Зокрема, максимально використовувати електронні документи, копії необхідних документів у разі неможливості чи ускладнення можливості отримання оригіналів документів, інші засоби дистанційного врегулювання страхових випадків. Це забезпечить страховий захист споживачів за спрощеною процедурою врегулювання страховиками подій за випадками, які мають ознаки страхових, за всіма видами страхування та всіма типами контрагентів.

Якщо особа має укладений договір страхування життя, здоров'я чи приватної власності, то факт введення воєнного стану на території України ніяким чином не впливає на реалізацію його прав по цьому договору. Так само, не має значення чи отримала шкоду особа на окупованій території чи території ведення воєнних дій. Якщо стався страховий випадок в межах кордонів України, і він не пов'язаний із воєнними діями, то страхувальник має повне право на відшкодування шкоди за договором [3].

В умовах війни та постійної небезпеки, фокус уваги відхиляється від звичного напрямку, але не слід забувати про безпеку життя і здоров'я у повсякденному житті та про збереження ціліності своєї власності. Саме тому страхові компанії повинні продовжувати працювати і забезпечувати громадян страховими продуктами. На даний момент, багато компаній спростили процедуру укладання договорів, подання заяв щодо їх змін тощо, і надають змогу клієнтам зробити це дистанційно.

Інформаційні джерела

1. Про страхування: Закон України від 18 листопада 2021 р. № 1909-IX (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20>
2. Дума В.В. Страхова діяльність в умовах російської агресії: правові підстави й практичні перспективи. Юридичний вісник 2 (63). 2022. С. 160–166.
3. Договір страхування та особливості його застосування в умовах воєнного стану. URL: <https://instaco.com.ua/news>.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ЗМІНИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ

Курдоглянець Н.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **А.В. Микитась**
Державний біотехнологічний університет

Фінансовий стан підприємства є категорією, що визначає фактичну та прогнозну фінансову спроможність підприємства забезпечувати поточну діяльність. Це - певний рівень саморозвитку підприємства, та погашення зобов'язань перед контрагентами. Він визначає конкурентоспроможність підприємства; дає оцінку, мірі гарантованості економічних інтересів підприємства та його партнерів по діяльності.

Покращення фінансового стану підприємств є головним у забезпеченні його стабільної діяльності. Стійкий фінансовий стан формується у процесі всієї економічної діяльності підприємства під впливом певних факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх. Їх негативний вплив є причиною не тільки погіршення фінансового стану, а й призводить до банкрутства.

Саме тому, як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями приділяється дуже пильна увага вивченню та вдосконаленню методичних аспектів фінансового аналізу. Разом з цим, методологічні підходи до визначення та оцінки впливу факторів, що обумовлюють зміну фінансового стану в сучасних умовах, є такими, що потребують подальшого вдосконалення.

За результатами проведеного дослідження робіт науковців з цього питання, можна відмітити наступне.

Перш за все, як у зарубіжній, так і у вітчизняній практиці немає чітко регламентованої системи показників та фінансових коефіцієнтів для оцінки фінансового стану. Науковцями рекомендується дуже велика кількість показників.

Так, Н.А. Русак лише для аналізу фінансової стійкості рекомендує використовувати дев'ять коефіцієнтів, М.М. Крейніна – сім, М.А. Маркар'ян – п'ятнадцять, В.В. Ковальов – вісім. Загальна ж кількість показників, рекомендованих останнім автором, сягає п'ятдесяти одного.

Деякі науковці вважають, що кількість фінансових коефіцієнтів не повинна перевищувати сім, бо в іншому разі втрачається контроль за ними. Є і більш радикальніша думка, що якісного аналізу достатньо чотири коефіцієнта. При цьому кількість показників, запропонований різними авторами, обумовлений цілями, які ставлять перед собою аналітики.

Дослідження сутності коефіцієнтів, що пропонуються науковцями показало, що всі вони мають як переваги, так і недоліки.

До переваг ми можемо віднести: простоту розрахунків та можливість визначення на основі фінансової звітності, а також наочність одержуваних результатів.

Щодо недоліків, то основними є: перш за все той, що у рекомендованих значеннях даних коефіцієнтів не враховується специфіка галузей, сфер діяльності та розміри підприємств. І в цьому питанні дуже корисні нароби науковців розвинених країн з питань удосконалення методів та механізмів збирання інформації та розрахунку середньогалузевих показників.

Другим недоліком є визначений тісний взаємозв'язок між показниками. Так, на думку М.М. Крейніної, з існуючих наборів традиційних коефіцієнтів фінансової стійкості, достатньо лише два: коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів та коефіцієнт забезпеченості власними коштами.

По-третє, самі алгоритми розрахунку коефіцієнтів дуже недосконалі. Так, щоб коефіцієнт забезпеченості власними коштами реально відображав структуру джерел формування оборотних коштів, необхідно враховувати довгострокові пасиви, і навіть доходи майбутніх періодів, резерви майбутніх витрат і платежів. А вони не враховуються.

Крім того, при розрахунку коефіцієнту поточної ліквідності, слід враховувати активи, які мають достатнім рівнем ліквідності (нерухомість, довгострокові фінансові вкладення), та здійснювати коригування дебіторської заборгованості у сумі безнадійних боргів. Тільки в цьому разі цей коефіцієнт буде об'єктивно оцінювати ступінь платоспроможності підприємства.

І на кінцівку, всі коефіцієнти носять статичний характер. Тоді як, у середині звітного періоду їх значення показників можуть суттєво відрізнятись від отриманих у результаті розрахунків за даними балансу певну дату. А це, на жаль не враховується.

Вважаємо, що при визначенні кількості необхідних для оцінки фінансового стану коефіцієнтів необхідно, перш за все, враховувати те, що вони повинні складати систему.

По-друге, методи розрахунку коефіцієнтів повинні бути не трудомісткими і здійснюватися на даних публічної звітності підприємства.

На нашу думку, такий підхід зробить оцінку більш доступною, що, в свою чергу, дозволить більш якісно контролювати фінансовий стан.

Інформаційні джерела

1. Марусяк Н.Л. Фінансовий аналіз : навч. посібник. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с

2. Денисенко М.П. Заходи покращення фінансового стану підприємства у сучасних умовах господарювання. Економіка і держава. 2019. № 12. С. 61–65. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.6>

3. Чемчикаленко Р.А., Сукрушева Г.О., Ткаченко А.Ю. Теоретичні основи управління фінансовим станом підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Випуск 27. С. 350–354. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/27_2019_ukr/56.pdf

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Лацик А.О. здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.О. Євдокімова**
Державний біотехнологічний університет

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюється у формах витрат ресурсів і одержання доходів, їх розподілу і використання. Водночас визначаються джерела фінансових ресурсів, напрями і форми фінансування, оптимізується структура капіталу, проводяться розрахунки з постачальниками матеріально-технічних ресурсів, покупцями продукції, державними органами з сплати податків, персоналом підприємства тощо. Всі ці грошові відносини складають зміст фінансової діяльності підприємства, в якій найважливішу роль виконують фінансові ресурси.

У науковій літературі використовуються різні підходи щодо визначення економічної сутності фінансових ресурсів підприємства. Більшість науковців визначають їх як грошові доходи і надходження, грошові фонди цільового призначення, грошові ресурси підприємства. На думку Сіліної І., фінансові ресурси як джерела засобів підприємства, які спрямовуються на формування його активів, по суті, представляють собою грошовий капітал, що використовується підприємством для формування власних активів і здійснення виробничо-господарської діяльності [1]. О. Філімонов трактують фінансові ресурси підприємства як грошовий капітал, вкладений у підприємство для одержання доходів і прибутку. Це пояснюється тим, що сьогодні термін "фонди" (як організаційна форма руху коштів у звітності підприємства) замінено на термін "капітал". У звітності підприємства фінансові ресурси представлені капіталом і зобов'язаннями підприємства. Тобто до капіталу він відносить тільки власний капітал підприємства. Суттєвою відмінністю між капіталом і фінансовими ресурсами є те, що на певний період часу фінансові ресурси можуть бути більші або рівними капіталу підприємства. Якщо фінансові ресурси дорівнюють капіталу, то підприємство не має жодних фінансових зобов'язань.

Поддєрьогін А., визначає фінансові ресурси – це грошові кошти, що знаходяться в розпорядженні підприємства, тобто всі грошові фонди (частина коштів, які мають цільове спрямування) й частина грошових коштів у не фондовій формі (ті, що використовуються для забезпечення поточної діяльності)».

Рибалко Н.О. наголошує що: фінансові ресурси підприємства – це сукупність активів підприємства, сформованих із зовнішніх та внутрішніх джерел, що знаходяться в розпорядженні підприємства на правах власності або тимчасового володіння й які використовуються для погашення фінансових зобов'язань та забезпечення безперервності функціонування підприємства [2].

На противагу вищенаведеному, Коробов М.Я. зазначав, що фінансові ресурси підприємства варто трактувати, як: «власні та позичкові грошові цільові фонди, які формуються у процесі розподілу і перерозподілу національного багатства, внутрішнього валового продукту й національного доходу та використовуються у статутних цілях підприємства» [3]. Різні класифікаційні дефініції фінансових ресурсів у економічній літературі дають змогу сформулювати уточнене їх визначення, а саме: фінансові ресурси підприємства – це наявні в розпорядженні підприємства кошти, які поділяються за двома ознаками: за їх видами та складом; за джерелами їх виникнення (формування). Вони призначені для здійснення витрат на розширене відтворення, виконання фінансових зобов'язань перед фізичними та юридичними особами, економічного стимулювання. Фінансовим ресурсам підприємства властиві певні ознаки, що виражають грошові відносини, залежать від первинного розподілу вартості валового внутрішнього продукту, формування та використання грошових доходів і децентралізованих фондів. Здатність виконувати функцію платіжного засобу та рівень ліквідності активів є визначальними ознаками належності їх до складу фінансових ресурсів [4].

Використання фінансових ресурсів для одного суб'єкта – це формування фінансових ресурсів для інших. Фінансові ресурси цих інших суб'єктів знову ж таки будуть використані. Від величини фінансових ресурсів залежить зростання виробництва та соціально-економічний розвиток підприємства. Наявність фінансових ресурсів, їх ефективне використання визначають фінансове благополуччя підприємства: платоспроможність, ліквідність, фінансову стійкість.

Значимість проблем управління формуванням та використанням фінансових ресурсів підвищується у зв'язку з постійними змінами в податковому законодавстві України, дестабілізацією фінансового ринку і структурними змінами капіталу, які викликані змінними банківськими відсотками та курсами валют на фоні інфляції, яка не припиняється; зниженням централізованого фінансування, складністю інформаційного забезпечення, що постійно зростає [5]. З огляду на нестабільність економічної ситуації в Україні, прогнозування фінансових ресурсів

підприємства відіграє роль не лише додаткового інструментарію, а й є неодмінною умовою існування у сучасному мінливому середовищі. У процесі прогнозування найважливішими є такі фактори: прибутковість; наявність власних фінансових ресурсів; раціональне розміщення основних і оборотних коштів; платоспроможність; ліквідність. Об'єктом прогнозування, передусім, є обсяги фінансових ресурсів, які надійдуть у розпорядження підприємства у майбутніх періодах.

Малій О.Г. акцентує увагу на тому, що ефективне управління фінансовими ресурсами для підприємства в сучасних умовах є вирішальним фактором результативної виробничо-господарської діяльності, вагомим чинником формування конкурентоспроможності господарюючого суб'єкту, що спрямоване на оптимізацію фінансового механізму підприємства, координування фінансових операцій, забезпечення їх впорядкування та точного «балансування» [6].

Для підтримки нормальної фінансової діяльності, підприємству особливо важливо ефективно управляти своїми фінансовими ресурсами, правильно розподіляючи їх за видами діяльності та з урахуванням різних часових періодів. Фінансові ресурси постійно перебувають у русі, їх відмінними рисами є: грошова форма існування, належність до конкретного суб'єкта, ефективне використання для отримання прибутку та економічного зростання підприємства.

Інформаційні джерела

1. Сіліна І.В., Хацер М.В. Управління фінансовим станом підприємства в кризових умовах. Економіка та держава. 2015. № 11. С. 85-88.
2. Рибалко Н.О. Фінансові ресурси – основа діяльності підприємств. Формування ринкових відносин в Україні. 2009. № 3(94). С. 27–29.
3. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств. Київ : Знання, 2000, 378 с.
4. Яременко В.Г. Сутність поняття та особливості класифікації фінансових ресурсів підприємств. Науковий вісник ужгородського національного університету. 2018. 19/3. С. 158-162.
5. Росенко К.В., Свистун Л.А. Особливості та проблеми формування фінансових ресурсів підприємств в умовах нестабільної економіки. Молодий вчений. 2017. № 11 (51). С. 1285-1289.
6. Малій О.Г. Фінансові ресурси підприємств та джерела їх формування: теоретичні аспекти. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 2. С. 71–74.
7. Гайбура Ю. А. Концептуальні засади формування фінансових ресурсів підприємств за сучасних умов/ Агросвіт. 2020. № 6. С.14-21.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ: ЯК АВТОМАТИЗУВАТИ ПРОЦЕСИ

Лопачук А.А., Шевченко Є.О., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

Цифрова трансформація підприємств нерозривно пов'язана з цифровізацією бізнес-процесів. Цифровізація бізнес-процесів підприємств є ключовим та актуальним інструментом для глибокої трансформації їх діяльності та подальшого розвитку. Під цим розуміють не лише автоматизацію основних та допоміжних бізнес-процесів, але й управлінських процесів з метою їх удосконалення та підвищення ефективності роботи компанії.

Згідно дослідженню компанії Ernst & Young, основний вплив цифровізації спостерігається в аспектах взаємодії з клієнтами, створення вартісної пропозиції та управління інфраструктурою. Виходячи з потреб і можливостей підприємства, впровадження цифровізації може відрізнятись, але завжди спрямоване на підвищення ефективності, адаптивності до ринкових умов і отримання конкурентних переваг.

Сучасні ERP-системи представляють собою інтегровані рішення, які автоматизують всі бізнес-процеси підприємства. Однією з популярних систем в Україні є ERP-система IT-Enterprise від корпорації «Інформаційні технології».

Ця система пропонує комплексні рішення для різних галузей промисловості, включаючи модулі управління виробництвом, логістикою, бюджетуванням та іншими [2; 3].

Модулі ERP-системи IT-Enterprise охоплюють широкий спектр завдань, від виробництва до управління персоналом.

До впровадження цифрової трансформації важливо глибоко аналізувати поточні бізнес-процеси, визначити існуючі проблеми та можливі шляхи їх вирішення. Оптимальний підхід полягає у виборі методів цифровізації існуючих процесів або створенні нових на основі передових цифрових технологій.

Успішна цифрова трансформація потребує ясної стратегії.

Розробка стратегії digital-трансформації включає [1; 4]:

- формування загального бачення процесу і акцентування важливості цих перетворень для команди;

- встановлення основної мети, цілей і завдань, при цьому розуміючи, що основне завдання – це оптимізація існуючого бізнесу, використовуючи наявні активи і компетенції;

- аналіз стратегічних ресурсів підприємства, таких як кваліфікація команди, продукція, партнерські відносини, даних про клієнтів і ін.;

- оцінка можливостей, обмежень, потенційних ризиків, зокрема при впровадженні нових технологій;

- впровадження нових бізнес-процесів і форм комунікації, зміна структури комунікацій у бік горизонтальних взаємодій за допомогою digital-засобів;

- розгляд інвестиційних стратегій і пошук додаткових джерел фінансування, з метою забезпечення окупності внесених змін у майбутньому.

– реформування підходів до управління персоналом (ефективна трансформація вимагає перегляду традиційних методик роботи з командою.

– адаптація та перегляд стратегії в реальному часі.

Цей підхід до реформування діяльності через цифровізацію може стати каталізатором підвищення ефективності та інноваційного розвитку для багатьох підприємств.

Інформаційні джерела

1. Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2018. № 2(24). С. 4–12.

2. Зуб П.В., Калач Г. М. Цифровізація бізнес-процесів промислових підприємств. Економіка та суспільство. 2021. №26.

3. Лазебник Л.Л., Войтенко В.О. Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. Випуск 42. С. 18–22. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/42-2020/5.pdf> (дата звернення: 16.04.2021).

4. Лісова Р.М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24(2). С. 114–118. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg>

5. Kashchena N., Nesterenko I. Digitalization of environmental safety management as a tool for ensuring sustainable development. Integration vectors of sustainable development: economic, social and technological aspects: collective monograph. The University of Technology in Katowice Press, 2023. С. 109-122. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/27313>

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ДЕПОЗИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКІВ УКРАЇНИ

Мартинчик І., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.Л. Ларіонова**
Хмельницький національний університет

Депозитні вклади відіграють важливу роль у формуванні ресурсної бази банківської установи та слугують мірою довіри й визнання діяльності банку його вкладниками. Депозитна діяльність фінансових установ спрямована передусім на забезпечення стабільності ресурсної бази та захист інтересів кредиторів та вкладників.

Оскільки банківські установи є комерційними фінансовими установами, то від обсягу, структури та ціни депозитних ресурсів залежить їх прибутковість та рівень ліквідності, тому особливої актуальності в сучасних умовах розвитку банківської системи, набуває формування достатнього обсягу залучених ресурсів.

Проаналізувавши структуру залучених ресурсів вітчизняної банківської системи за 2020-2022 роках, можна зробити висновок, що не дивлячись на негативні наслідки коронакризи та російської агресії проти України, найбільшу частку залучених ресурсів банків України займають депозитні кошти клієнтів, питома вага яких поступово з кожним роком збільшується. Так у 2020 році сума залучених коштів клієнтів дорівнювала – 74,78%, у 2021 році – 72,32%, у 2022 році – 77,46% [1].

Проаналізуємо динаміка та склад депозитного портфеля в розрізі юридичних та фізичних осіб банків України за 2020-2022 роки, можна зробити висновок, що у 2021 році порівняно з попереднім роком обсяг депозитів вітчизняних банків збільшився на 122369 тис. грн (8,98%), у 2022 році порівняно з 2021 роком – на 337623 тис. грн (22,2%). Протягом всього аналізованого періоду депозитний портфель вітчизняних банків в розрізі клієнтів також постійно зростає, як по юридичним особам так і по фізичним. У 2022 році зростання обсягів коштів населення в банках, пояснюється тим, що вони переважно акумулювалися на поточних рахунках через концентрацію тимчасово невикористаних виплат військовослужбовцям, бюджетникам та переміщеним особам у системних держбанках.

Зменшення депозитів в іноземній валюті по фізичним особам, спостерігається тільки у 2021 році порівняно з 2020 роком на 1,4% і це пояснюється низькими ставками на депозити в іноземній валюті і негативними наслідками війни. Відновити зростання валютних вкладів фізичних осіб у 2 півріччі 2022 року вітчизняним банкам вдалось через

пропозицію 3-місячних так званих «конвертаційних депозитів», що використовуються для покупки валюти за «пільговим» безготівковим курсом, що був на 3-6 грн нижчим ніж поточний курс в обмінниках.

Що стосується депозитів юридичних осіб, то депозити в національній валюті протягом 2020-2022 років перевищують майже в два рази депозити в іноземній валюті.

В сучасних умовах для банків з іноземним капіталом притаманний дисбаланс між обсягами депозитів та кредитів в іноземній валюті, тому подекуди вони установлюють по депозитах в іноземній валюті майже нульові ставки і тим самим знеохочують новими залученими коштами. Але не дивлячись на це, обсяги депозитів в іноземній валюті в них залишаються сталими або зростають, оскільки в умовах низьких ставок єдиним бажанням клієнтів – є надійність збереження банківськими установами їх заощаджень.

Також, на ефективну вартість депозитів в іноземній валюті значно впливає те, що регулятор підняв норму обов'язкового резервування, так для депозитів в іноземній валюті вона становить 10%, а для депозитів в національній валюті – 0%. Необхідно ще враховувати, що залучивши депозити в іноземній валюті, вітчизняні банківські установи повинні утримувати на кореспондентському рахунку в НБУ 10% залученої суми у гривневому еквіваленті. Таке рішення центрального банку обмежило можливості банківських установ користуватися цим ресурсом та заробляти на ньому, оскільки витрати за депозитами в іноземній валюті іноді перевищують доходи від їх інвестування. За логікою Національного банку, це повинно було стимулювати банки збільшувати частку строкових депозитів населення.

У відповідь на таке рішення НБУ вітчизняні банки запровадили ультракороткі депозити на 7-14 днів. Для вкладників такий короткий термін означає майже такий самий доступ до їх заощаджень, як і у випадку з рахунками до запитання (але з більшим доходом), тому такі депозити швидко знайшли свого споживача.

У квітня 2022 року НБУ запровадив новий інструмент монетарної політики – тримісячні депозитні сертифікати під 25% річних. Депозитні сертифікати (депсерфи) – це інструмент, який у мирні часи для банківських установ працював як сховище для тимчасово вільних коштів, тобто коштів, які залишалися після видачі всіх кредитів та здійснення інших інвестицій. Дохідність депозитного сертифікату залежить напряму від облікової ставки регулятора та, як правило, була на 1-2% нижчою.

Однак, після оголошення воєнного стану кредитування в країні майже припинилося, а інвестиції в ОВДП приносили набагато меншу

дохідність, ніж рівень інфляції, який підскочив до 20%. Тому саме депозитні сертифікати перетворилися на головний актив, який забезпечує велику частку доходів банківської системи. 15 вересня 2023 року Правління НБУ ухвалило рішення знизити облікову ставку з 22% до 20%, а значить і ставки за тримісячними депозитними сертифікатами. Тому, банкам стало менш вигідно тримати в них залучені кошти, що стимулює їх підвищувати ставки за строковими депозитами.

Також необхідно зазначити, що у 2020-2022 роках у вітчизняній банківській системі переважали депозити на вимогу, частка яких з кожним роком зростала, а саме у 2020 році порівняно з 2019 роком – на 23,94%, у 2022 році порівняно з 2021 роком на – 31,28%. Строкові депозити з кожним роком зменшуються порівняно з депозитами до запитання. Це насамперед пов'язано з нестабільною ситуацією на фінансовому ринку, зі зростанням темпів інфляції і у зв'язку з війною невпевненістю клієнтів банків щодо вкладання своїх коштів на тривалий період .

З 1 квітня 2021 року став обов'язковим до виконання норматив NSFR (коефіцієнт чистого стабільного фінансування). Це дозволить збалансувати активи та пасиви банків за строками погашення та почати більш активно залучати строкові депозити на тривалі терміни, і сприятиме зниженню одного з системних ризиків для фінансової стабільності, пов'язаного з короткостроковістю фондування банків. Зрозуміло, що потреба банківських установ в строкових депозитах на тривалий термін буде ґрунтуватися на аналізі поточного портфеля активів.

Підводячи підсумок, можна зробити висновок, що основними трендами на депозитному ринку у 2020-2023 роках є зростання частки депозитів на вимогу та збільшення частки депозитів в національній валюті, оскільки по даних видах депозитів традиційно вищі процентні ставки. Це можна пояснити відновленням довіри до банківської системи і поступовим зростанням прибутковості депозитних продуктів, як в національній так і в іноземній валюті.

Інформаційні джерела

1. Кашена Н.Б., Ставерська Т.О. Концептуалізація фінансової діагностики в системі управління безпекою підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2018. Вип. 2 (28). С. 52-64. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/3667/1/5.pdf>

ОБОРОТНІ АКТИВИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Полковніченко Я.О., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**
Державний біотехнологічний університет

Актуальним в сучасних умовах для ефективного функціонування підприємств є визначення напрямів управління його оборотними активами, які мають велику питому вагу в загальній сукупності активів та дефіцит власних джерел фінансування, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства. Ефективне управління об'єктом діяльності будь-якого підприємства починається з якісного економічного аналізу, який формує його напрями, вибір інструментів та методів на підставі сформованої системи показників.

Діяльність підприємства будь-якої галузі неможлива без ефективного управління капіталом, який вкладено в його оборотні та необоротні активи. Оборотний капітал підприємства повинен мати високу кількість оборотів, що пов'язано з ефективністю управління його окремими елементами, а особливе значення має саме власний оборотний капітал, який є важливим джерелом фінансування даних активів підприємства, а його наявність та рентабельність, суттєво впливає на фінансовий стан підприємства будь-якої галузі.

Оборотні активи підприємства розглядаються як сукупність матеріальних і фінансових активів, які шляхом структурної трансформації здійснюють безперервний кругообіг форм вартості з метою постійного відновлення процесу виробництва, одержання прибутку, підтримки нормальної ліквідності підприємства і повинні повністю використовуватися протягом одного календарного року або операційного циклу.

Управління оборотними активами – це складний процес. Його складність залежить від таких умов, як: обсяг оборотного капіталу, що використовується в операційному процесі; різні види активів, що формуються за рахунок обсягу оборотного капіталу; прискорення обороту капіталу і забезпечення постійної платоспроможності підприємства тощо. Першочерговими проблемами в управлінні оборотними активами є: управління запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами, визначення джерел фінансування.

Науковці виділяють безліч підходів до трактування сутності поняття «управління оборотними активами». А.М. Поддєрьогін

визначає його як «...комплекс заходів, які спрямовані на забезпечення умов оптимізації й безперервного процесу їх обсягу, формування достатнього їх обсягу, раціональної структури й ефективної організації їх використання» [1].

Н.О. Власова вважають управління оборотними активами «...складовою фінансового й операційного менеджменту, що являє собою цілеспрямовану діяльність, пов'язану із визначенням величини оборотних активів, контролем над їх формуванням і використанням і створенням відповідних організаційних передумов» [2].

Поряд з тим, науковець О. Яковенко визначає управління оборотними активами комплексним видом функціонального управління, що інтегрує у своєму складі як формування, так і використання цієї групи активів [3].

В.Г. Баранова вважає управління оборотними активами «...сукупністю відокремлених, але пов'язаних між собою елементів, що забезпечують цілеспрямований вплив на об'єкт управління, шляхом реалізації функцій управління через використання комплексу методів управління з метою забезпечення належного рівня фінансової стійкості, платоспроможності та ліквідності підприємства» [4].

Отже, вчені по-різному підходять до визначення та проведення процесу управління оборотними активами. Не зменшуючи цінності вище зазначених наукових розробок, ми вважаємо, що система управління оборотними активами представляє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, що полягає у формуванні необхідного обсягу і складу оборотних активів, раціоналізації й оптимізації структури джерел їх фінансування.

Інформаційні джерела

1. Фінансовий менеджмент: підручник / за ред. А. М. Поддєрьогіна. К. : КНЕУ, 2008. 536 с.

2. Управління оборотними активами на підприємствах роздрібно́ї торгівлі : монографія / [Н. О. Власова та ін.]. Харків: ХДУХТ, 2014. 258 с.

3. Яковенко О. Теоретичні аспекти вдосконалення управління оборотними активами. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2017. № 1-2. С. 174–189.

4. Баранова В.Г. Теоретичні засади управління оборотним капіталом. Вісник соціально-економічних досліджень. 2018. № 30. С. 32–36.

5. Кашена Н. Б., Чміль, Г. Л., Костинська М. В. Організаційно-інформаційна модель аналізу оборотних активів в контексті забезпечення стійкого розвитку підприємства. Information aspects of socio-economic systems' development: monograph. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2016. Р. 366-374. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/23863>

РОЗВИТОК РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ ТА ЇХ РОЛЬ В СИСТЕМІ ХЕДЖУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Прокопович Т.А., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Близнюк**

Державний біотехнологічний університет

Деривативи – це стандартні документи, що засвідчують право та/або зобов'язання придбати чи продати базовий актив (цінні папери, валюту, інші фінансові активи, товари, сировину тощо) на визначених умовах за фіксованою ціною у майбутньому періоді. Похідні фінансові інструменти є вторинними або деривативами, мають встановлені законодавством реквізити і засвідчують зобов'язання, внаслідок виконання яких відбувається перехід права власності на базовий актив або проводяться розрахунки на підставі ціни базового активу.

Залежно від складу первинних фінансових інструментів або активів, відповідно до яких вони випущені в обіг, деривативи поділяються на: фондові, валютні, страхові, товарні.

До функцій похідних фінансових інструментів належать: хеджування (страхування) курсових та цінових ризиків власників базових активів від їх падіння; прогнозування динаміки курсів цінних паперів, валют, інших фінансових активів, цін товарів, на фінансових та товарних ринках; посвідчення прав, які впливають із володіння базовим фінансовим інструментом; проведення спекулятивних фінансових операцій на ринках капіталу та товарних ринках. Похідні фінансові інструменти, як правило, мають більш ризикований характер, ніж базові, оскільки ризик за останнім додається до ризиків за похідними цінними паперами.

Закон України “Про ринки капіталу та організовані товарні ринки”, який є новою редакцією Закону України “Про цінні папери та фондовий ринок” встановлює нові правила регулювання фінансових ринків в Україні, в основу яких покладені директиви ЄС [1].

Серед важливих нововведень нової редакції Закону – створення інституту деривативів, який раніше фактично був відсутнім в Україні та покращені механізми захисту інвесторів. В Законі надано визначення та надано класифікацію ринків капіталу – це фондовий ринок, ринок деривативних фінансових інструментів, грошовий ринок.

Ринок деривативних фінансових інструментів – це сукупність учасників ринку деривативних фінансових інструментів та правовідносин між ними, що виникають під час емісії деривативних цінних паперів, укладення деривативних контрактів, вчинення та

виконання правочинів щодо деривативних цінних паперів, укладення та виконання договорів про заміну сторони деривативних контрактів, виконання зобов'язань за деривативними фінансовими інструментами.

Деривативні фінансові інструменти поділяються на деривативні цінні папери та деривативні контракти. До деривативних цінних паперів належать: опціонні сертифікати; фондові варанти; кредитні ноти; депозитарні розписки; державні деривативи. Основними видами деривативних контрактів є: опціон; форвард; ф'ючерс; своп; кредитний дефолтний своп; свопціон; ф'ючерс на своп; форвард на своп; контракт на різницю цін; контракт на майбутню відсоткову ставку.

Ринок строкових контрактів дозволяє виробникам і споживачам різної продукції або фінансових активів уникнути чи зменшити ціновий ризик реалізації або придбання товарів, експортерам та імпортерам – ризик зміни валютних курсів, власникам фінансових активів – ризик падіння їх курсової вартості, позичальникам і кредиторам – ризик зміни процентної ставки.

Деривативи бувають біржовими й позабіржовими. Біржові деривативи стандартизовані за термінами, кількістю та якістю базового активу, а під час укладання угод біржа діє як посередник і забезпечує гарантії виконання зобов'язань за контрактами. До переваг позабіржових деривативів належить те, що всі умови щодо термінів, кількості та інших характеристик майбутньої угоди визначають самі контрагенти. Водночас ймовірність невиконання зобов'язань за позабіржовими контрактами набагато вища.

Ринок деривативів в Україні поки що знаходиться на стадії розбудови. Подальший динамічний розвиток цього важливого для вітчизняної економіки сегмента дозволить підвищити ефективність функціонування як біржового, так і позабіржового ринків, сприятиме розширенню кола фінансових інструментів, створить умови для поширення використання деривативів на товарних ринках.

Останніми роками ринки деривативів дедалі більше набувають глобального характеру. За участю строкового ринку вторинних фінансових інструментів процес управління ризиками став більш досконалим. Світова торгівля деривативами виконує функції інтеграції регіональних ринків капіталу та допомагає учасникам світової економіки зменшувати наявні ризики та сприяти розвитку міжнародних торговельних і валютно-фінансових відносин.

Інформаційні джерела

1. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки: Закон України від 23.02.2006 р. № 3480-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text>

УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Проценко Є. В., здоб. ОС «магістр»

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

Підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та кращого використання діючих основних фондів підприємств. Ці процеси, з одного боку, сприяють постійному підтриманню незалежного технічного рівня кожного підприємства, а з іншого – дають змогу збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів на рахунок скорочення питомої амортизації й витрат на обслуговування виробництва та його управління.

Проблемам и ефективного управління основними засобами надає значення не мало науковців, а саме: Бланк А.І., Лахтіонова Л.А., Коробов М.О., Балабанов І.Г. Кузьменко Л.В. та інші.

Продуктивність будь якої організації залежить від наявності ефективної системи управління її фінансами. Фінанси організації охоплюють систему грошових відносин, одним з учасників яких є сама організація [1].

Фінансовий менеджмент є основною складовою частиною загальної системи управління організацією. Зарубіжні фахівці зазначають, що ефективність діяльності корпорацій можна оцінювати зростанням доходів акціонерів, наслідком чого стає підвищення ціни на звичайні акції фірми.

Головна мета фінансового менеджменту основних засобів-забезпечення зростання добробуту власника підприємства, за рахунок ефективного використання основних засобів [2].

Забезпечення високої фінансової стійкості підприємства в процесі його розвитку відбувається шляхом втілення ефективної політики фінансування господарської діяльності підприємства, управління формуванням фінансових ресурсів, оптимізації фінансової структури підприємства.

Політика управління основними засобами підприємства формується по наступних етапах[3]:

1) Оцінка обсягу використання основних засобів підприємства в різних його формах. Така оцінка проводиться за даними звітних балансів підприємства, що відбивають стан його операційних основних засобів.

2) Аналіз використання основних засобів в попередньому періоді. Цей аналіз проводиться з метою вивчення динаміки загального його обсягу і складу в розрізі форм функціонування і видів основних засобів, ефективності використання й інтенсивності відновлення цих активів.

3) Оптимізація обсягу і складу основних засобів. Така оптимізація здійснюється з обліком розкритих в процесі аналізу можливих резервів підвищення виробничого використання основних фондів у майбутньому періоді.

4) Забезпечення високої віддачі використання основних засобів сформованих за рахунок операційного капіталу. Таке забезпечення полягає в розробці системи заходів, сформованих на підвищення коефіцієнтів рентабельності і виробничої віддачі основних засобів.

5) Забезпечення своєчасного відновлення основних засобів, сформованих за рахунок операційного капіталу підприємства.

З цією метою на підприємстві:

- визначається необхідний рівень інтенсивності відновлення окремих груп основних засобів;
- розраховується загальний обсяг активів, що підлягають відновленню в майбутньому періоді;
- встановлюються основні форми і вартість відновлення різних активів.

Основні засоби – матеріальні активи, очікуваний строк корисного використання котрих становить понад 1 рік і які підприємство утримує з метою використання, з метою виробництва чи постачання товару, надання послуг, здавання в оренду іншим особам, для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій.

Джерелами фінансування основних засобів є власні фінансові ресурси; позичені фінансові ресурси; кошти, отримані від продажу цінних паперів, внески членів трудових колективів, кошти державного бюджету та місцеві бюджети; кошти іноземних інвесторів.

Інформаційні джерела

1.Цигилик І. І., Бойчук О. М. Роль аналізу фінансової діяльності підприємства у системі стратегічного управління. Економіка. Фінанси. Право, 2020. №7. С.8-14.

2.Податковий кодекс України : Кодекс України [Електронний ресурс], Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001. № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення 14.10.23)

3. Єліфанова І. Ю., Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2021. 143 с.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ МИТНИХ ПРОЦЕДУР В УКРАЇНІ ТА ЇЇ КОНТУРИ

Рабченюк А.П., здоб. ОС «магістр»,
Дзівінський В.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.Д. Герчаківський**
Західноукраїнський національний університет

Міжнародний досвід свідчить про те, що застосування «цифрових» технологій у митних процесах є основою ефективності роботи митниці, прозорості та спрощення процедур торгівлі, що важливо для бізнесу та економіки.

Побудова митниці, яка застосовує усі інноваційні методи та технології, постійно оновлюється та вдосконалюється – процес у рамках виконання Стратегічних ініціатив розвитку Державної митної служби України (далі - ДМСУ). Відзначимо, що кількість сервісів, які запроваджені ДМСУ для платників податків, постійно зростає відповідно до потреб бізнесу.

«Смарт»-митниця поєднує в собі всі інноваційні процеси, які вже функціонують на митницях та які ще планується запровадити. Це процес постійного інноваційного вдосконалення процедур митного оформлення та митного контролю.

В основу концепції нової митниці покладено застосування інноваційних технологій, що перетворюють митне адміністрування в швидкий і високотехнологічний процес. «Смарт»-митниця використовуватиме інтелектуальну систему ризиків, єдиний портал надання дозвільних документів (надаватиметься 31 дозвільний документ), електронне декларування, здійснюватиме управління та контроль над всіма ланцюгами поставок, постмитний контроль та постаудит, застосовуватиме високотехнологічні технічні засоби митного контролю. Митниця здійснюватиме обмін попередньою інформацією з майже усіма учасниками митних процедур. Так, надаватиметься інформація щодо реєстру номера транспортного засобу, назви товару та ваги.

Використання високотехнологічних технічних засобів митного контролю передбачатиме відеоспостереження та відеоконтроль, зчитування номерних знаків, ваговий контроль та застосування скануючих систем.

Саме в умовах війни і повоєнного відновлення в Україні одним із важливих факторів, який дозволив би зменшити фізичні контакти між суб'єктами митних правовідносин є використання

технічних та спеціальних засобів митного контролю. Водночас можемо констатувати незадовільний стан технічного забезпечення митниць Держмитслужби обладнанням, необхідним для ефективного проведення митного контролю. Так, за даними Держмитслужби, станом на 01.07.2021р. на пунктах пропуску через державний кордон України було наявне таке обладнання: 34 вагові комплекси, з них 15 од. (44,1%) непрацюючих; 26 скануючих систем мобільного типу, з них 19 (73,1%) непрацюючі; 117 скануючих систем стаціонарного типу, з них 34 (29,1%) непрацюючі; 49 комплектів для виявлення контрабанди, з них 11 (22,4%) непрацюючі; 10 детекторів дорожніх металів, з них 9 (90%) непрацюючі; 16 детекторів дорожніх каменів, з них 8 (50,0%) непрацюючі [1;2].

Таким чином, низький рівень забезпечення митниць Держмитслужби скануючими системами, ваговими комплексами та іншим обладнанням, необхідним для ефективного проведення митного контролю, не тільки призводить до збільшення часу на здійснення такого контролю, а й створює корупційні ризики при митному оформленні товарів і транспортних засобів, а також ризики ввезення в Україну сірого імпорту, контрафакту та контрабанди. В такому випадку саме цифровізація митних процедур може стати виходом із патової ситуації.

Важливою новацією може стати застосування електронного талону в пунктах пропуску через державний кордон. В талон вноситиметься інформація про номер та дату операції, номер транспортного засобу. Ця інформація перевірятиметься адміністрацією Держприкордонслужби, яка зчитуватиме вхідні дані з E-ticket у власну інформаційну систему, здійснюватиме аналіз ризиків, вноситиме мінімально необхідні дані для ДМСУ, проставлятиме відмітку «перевірено» та передаватиме для перевірки в ДМСУ.

У свою чергу ДМСУ зчитуватиме дані у власну інформаційну систему, вноситиме дані, необхідні для проведення митного контролю, здійснюватиме аналіз ризиків та проставлятиме відмітку «перевірено». За цим талоном транспортний засіб виїжджає за межі пункту пропуску. Така процедура дозволить пришвидшити проведення митних процедур при перетині митного кордону.

Декларування товарів на «Смарт»-митниці здійснюватиметься за принципом «Єдиного вікна». Інформаційний веб-портал «Єдине вікно» матиме WEB-інтерфейси державного

контролю за дотриманням законодавства про харчові продукти та корми, ветеринарно-санітарного контролю, фітосанітарного контролю, державних органів, що видають дозвільні документи.

У свою чергу ДМСУ зчитуватиме дані у власну інформаційну систему, вноситиме дані, необхідні для проведення митного контролю, здійснюватиме аналіз ризиків та проставлятиме відмітку «перевірено». За цим талоном транспортний засіб виїжджає за межі пункту пропуску. Така процедура дозволить пришвидшити проведення митних процедур при перетині митного кордону.

Декларування товарів на «Смарт»-митниці здійснюватиметься за принципом «Єдиного вікна». Інформаційний веб-портал «Єдине вікно» матиме WEB-інтерфейси державного контролю за дотриманням законодавства про харчові продукти та корми, ветеринарно-санітарного контролю, фітосанітарного контролю, державних органів, що видають дозвільні документи.



Рис.1. Веб-портал «Єдине вікно»при переміщенні товарів через митний кордон України

Впроваджуватиметься також процедура автоматизованого випуску товарів у митний режим на основі результатів застосування системи аналізу ризиків. Передбачається три канали випуску товарів за митними деклараціями.

Перший – «зелений канал» - передбачатиме автоматизований випуск товарів за МД без здійснення додаткової перевірки документів та проведення митного огляду.

«Жовтий канал» - випуск товарів за МД здійснюватиметься після проведення документального контролю, а «червоний канал» (найбільш ризикові операції) - після здійснення документального контролю та митного огляду.

Така система дозволить уніфікувати митні процедури, усунути вплив людського фактору та скоротити час на здійснення митних процедур.

На сьогодні до системи АСАУР внесено 105 алгоритмів (профілів ризику), більш ніж 700 підалгоритмів, близько 100 000 комбінацій індикаторів ризику, більш ніж 650 доповнень до профілів ризику оперативного характеру (протягом останніх трьох місяців 2018, в т.ч. за результатами застосування таргетингу).

В рамках функціонування Смарт-митниці передбачено імплементація нової комп'ютеризованої транзитної системи (NCTS).

Таким чином, повне впровадження Смарт-митниці дасть змогу значно скоротити час на декларування товарів, що переміщуються через митний кордон, та логічно завершити діджиталізацію митних процедур та митних формальностей. Впровадження сучасних цифрових технологій для обслуговування суб'єктів ЗЕД та громадян у практику діяльності української митниці дасть змогу суттєво змінити ставлення останніх до оцінювання діяльності митної системи України і до країни загалом.

Інформаційні джерела

1. Звіт про результати аналізу використання у 2020 році коштів, спрямованих на боротьбу з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиною коронавірусом SARS-COV-2, та її наслідками. К: 2021, с.103.

2. Звіт про результати аудиту ефективності планування та результативності контролю за повнотою нарахування і своєчасністю надходження податків на міжнародну торгівлю та зовнішні операції. URL : <https://rp.gov.ua/PressCenter/News/?id=1041>

ОПТИМІЗАЦІЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Резніченко В.С., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.В. Горюх**
Державний біотехнологічний університет

У наш час, в економіці України виникає проблема погіршення фінансового стану більшості підприємств та нестабільності їх функціонування. Проблема дефіциту грошових коштів, обмежена поточна та інвестиційна діяльність призводять до незбалансованості грошових потоків, надмірної тривалості фінансових циклів, обмеженості використання фінансових інструментів і технологій. Внаслідок чого підприємства масово залучають та використовують позикові кошти.

За таких умов особливої уваги потребує процес, що оптимізував би грошові потоки на підприємстві, та мав би спрямування на підвищення їх ефективності у майбутньому періоді. Цим процесом на підприємстві виступає оптимізація, за її допомогою виявляються та реалізуються резерви, що допомагають мінімізувати залежність підприємства від залучення грошових коштів із зовнішніх джерел; забезпечують баланс між обсягами грошових потоків, та їх періодом у часі; забезпечують тісний взаємозв'язок між всіма видами грошових потоків від господарської діяльності підприємства; підвищують обсяг та якість надходження чистого грошового потоку.

За допомогою вивчення внутрішніх і зовнішніх факторів, встановлюється їх вплив на обсяг та характер формування грошових потоків у часі. Зовнішніми факторами є: кон'юнктура товарного та фінансового ринків; система оподаткування; умови кредитування постачальників та покупців; система розрахункових відносин з контрагентами; доступність видів кредитування; можливість отримання безповоротного фінансування. Внутрішніми факторами є: життєвий цикл продукції; тривалість операційного циклу; сезонність виробництва; амортизаційна політика; відсутність ринків збуту; брак джерел довготермінового фінансування капіталовкладень; управлінські здібності персоналу тощо [1].

Аналіз інформації в процесі оптимізації займає вагомe значення, він є не лише основою для обґрунтування та вибору певного напрямку оптимізації, але й може виступати індикатором задовільності стану об'єкта оптимізації. У процесі оптимізації грошових потоків важливу роль також має і оцінка отриманих результатів вибору, її можна розглядати і в якості кінцевого індикатора, який здатен надавати інформацію про досягнення мети оптимізації.

В основу оптимізації полягає забезпечення збалансованості об'єму додатного та від'ємного грошових потоків, які мають вплив на результат господарської діяльності та можуть мати прояв, як у вигляді дефіцитного, так у вигляді і надлишкового грошового потоку [2].

Заходи, що використовуються у короткостроковому періоді по підвищенню рівня абсолютної платоспроможності підприємства, у майбутньому можуть привести до утворення дефіциту грошових потоків, а отже щоб збалансувати дефіцитний грошовий потік в довгостроковому періоді, потрібно розробляти наступні заходи: випуск додаткових акцій підприємства; додатковий випуск облігаційної позики; пошук стратегічних інвесторів; використання довгострокового кредитування; частковий продаж фінансових вкладень, які є довгостроковими; основні засоби, що не використовуються, мають бути здані в оренду або продані.

При оптимізації грошових потоків важливу увагу приділяють їх збалансованості у часі. Для виконання цього завдання використовують два методи – вирівнювання і синхронізація.

Вирівнювання – дозволяє в деякій мірі зрівняти сезонність виробничого циклу, та паралельно оптимізувати середні залишки коштів і підвищити рівень абсолютної ліквідності. Синхронізація грошових потоків допомагає забезпечити мінімальне розходження між додатним та від'ємним грошовим потоком.

Наслідками максимізації чистого грошового потоку підприємства є підвищення рівня його самофінансування та зниження його залежності від зовнішніх джерел.

Відображення результатів оптимізації грошових потоків підприємства має прояв у системі планів по формуванню та використанню коштів у майбутньому періоді.

Від якості та ефективності управління грошовими потоками залежить не тільки стійкість підприємства в конкретний період часу, але і здатність до подальшого розвитку, досягнення фінансового успіху на довгу перспективу.

Інформаційні джерела

1. Харченко В. А. Система управління грошовими потоками підприємства. Вісник економічної науки України, 2021. № 1. С. 161-165
2. Крупка М.І. Фінанси в трансформаційній економіці України: навч. посібник / за ред.. М.І. Крупки. Львів: Видав. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2017. 614с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Савченко Б.М., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.С. Морозова**

Державний біотехнологічний університет

В умовах реформування економіки України залучення достатнього обсягу фінансових ресурсів є визначальним чинником повноти забезпечення потреб об'єктів соціальної інфраструктури, дієвості державного регулювання суб'єктів господарювання, рівня матеріального й духовного добробуту населення, темпів розвитку інвестиційно-інноваційної сфери та зростання фінансового потенціалу країни загалом.

Важливою умовою дослідження економічної природи, ролі та значення фінансових ресурсів є виявлення їхньої залежності від вартісної структури валового внутрішнього продукту. У зв'язку з цим пошуки внутрішніх джерел їх зростання необхідно проводити як на мікро-, так і на макрорівні економіки.

Фінансові ресурси є об'єктивною необхідною умовою процесу відтворення на всіх його стадіях, однак формування кінцевої структури відтворення досягається на стадії розподілу, де формуються пропорції між фондами відшкодування, споживання й нагромадження, відбувається розподіл доходів між елементами суспільного виробництва, галузями господарства, соціальними групами, безпосередніми виробниками матеріальних благ.

Варто зазначити, що у сучасній вітчизняній науці існує низка підходів до тлумачення сутності фінансових ресурсів економіки з урахуванням пріоритетних для суспільства завдань, зокрема: забезпечення економічного зростання і свободи, повної зайнятості та соціальної справедливості.

До речі, Н. І. Коваленко визначає їх як ресурси економічної системи, що перебувають у розпорядженні держави, господарюючих суб'єктів і населення та утворені в процесі розподілу вартості суспільного продукту для задоволення різних потреб суспільства, з одного боку, та сукупність відносин, які мають місце у зв'язку із виникненням та використанням фінансових ресурсів – з іншого [1, с. 44].

На переконання С. І. Юрія, фінансові ресурси макрорівня – це грошові фонди, які створюються у процесі розподілу та використання ВВП за певний період, а мікрорівня – це акумульовані підприємством

із різних джерел грошові кошти, які надходять в обіг і призначені для покриття його потреб. Подібної думки дотримується С. В. Мочерний, який висвітлює фінансові ресурси як грошові фонди, створені у процесі розподілу, перерозподілу та використання валового внутрішнього продукту країни [2].

У своїх працях Ю. М. Воробйов зазначив, що фінансові ресурси з теоретичних позицій – це економічна категорія, що характеризує сутність і зміст фінансових відносин у розподільно-перерозподільних процесах соціально-економічної системи держави та виступає їх матеріальним носієм, а з практичних – сукупність коштів, що формуються внаслідок розподілу і перерозподілу вартості валового внутрішнього продукту як на рівні окремої держави, так і всієї світової економіки суб'єктами господарювання, домогосподарствами, державою і місцевою владою з метою забезпечення їх цілеспрямованого продуктивного використання у фондовій і нефондовій формах, що дає змогу одержувати доходи й прибутки від їх володіння та розпорядження на користь як окремих осіб (фізичних і юридичних), так і всього суспільства [3, с. 20]

Відомий учений Непочатенко О.О. охарактеризував фінансові ресурси як виражену у грошах частину національного доходу, сконцентровану безпосередньо в державі чи на підприємствах для використання на розширене відтворення та загальнодержавні потреби [4, с. 33].

Зокрема, К. В. Павлюк визначає фінансові ресурси як грошові нагромадження й доходи, які створюються у процесі розподілу й перерозподілу валового внутрішнього продукту та зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення й задоволення суспільних потреб [5, с. 34].

На думку В. Г. Дем'янишина фінансові ресурси суспільства – це сукупність грошових фондів, створених у результаті розподілу й перерозподілу ВВП суб'єктами фінансових відносин для досягнення кінцевої мети, забезпечення виконання їхніх завдань, функцій і зобов'язань [6, с. 146].

Проаналізувавши низку визначень досліджуваної категорії, С.В. Хачатурян дає таке визначення фінансових ресурсів підприємств: частина коштів підприємства у фондовій і нефондовій формі, яка формується у результаті розподілу виробленого продукту, залучається у діяльність із різних джерел і спрямовується на забезпечення розширеного відтворення виробництва [7, с. 81].

Натомість, В. М. Родіонова визначила фінансові ресурси підприємства як грошові доходи і надходження, які перебувають у

розпорядженні суб'єкта господарювання та призначені для виконання фінансових зобов'язань, витрат із розширеного відтворення й економічного стимулювання працівників. Розподіл і перерозподіл вартості з допомогою фінансів, вважає вчена, обов'язково супроводжуються рухом грошових коштів, які набувають специфічної форми фінансових ресурсів, формуються у суб'єктів господарювання й держави за рахунок різних видів грошових доходів, надходжень і відрахувань, а використовуються на розширене відтворення, матеріальне стимулювання, задоволення соціальних та інших потреб суспільства.

Таким чином, вищенаведене розмаїття поглядів учених щодо розуміння сутності фінансових ресурсів національної економіки дає змогу запропонувати узагальнююче їх визначення: це вартісне вираження джерел формування майна (активів) держави, суб'єктів господарювання та домашніх господарств, що мають фондовий та нефондовий характер, формуються у процесі розподілу та перерозподілу ВВП і національного багатства, використовуються для задоволення потреб виробництва та соціально-економічного розвитку суспільства.

Інформаційні джерела

1. Коваленко Н. І. Еволюція теоретичних поглядів щодо сутності фінансових ресурсів держави // Економіка та держава. 2018. №12. С. 42–44.
2. Юрія С.І. Економічна сутність та джерела формування фінансових ресурсів підприємства. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_2_077.pdf
3. Воробійов Ю. М. Теоретичні засади формування і використання фінансових ресурсів в соціально-економічній системі держави. URL: http://fbi.crimea.edu/arhiv/2009/nv_4-2009/003vorob.pdf
4. Непочатенко О.О., Мельничук Н. Ю. Фінанси підприємств: підручник. Київ: "Центр учбової літератури", 2018. 504 с.
5. Павлюк К. В. Бюджет і бюджетний процес в умовах транзитивної економіки України: монографія. Київ: НДФІ, 2006. 583 с.
6. Дем'янишин В. Теоретичні підходи до сутності фінансових ресурсів суспільства // Формування ринкової економіки в Україні. 2013. Вип. 29, ч. 1. С. 141–152.
7. Хачатурян С. В. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація // Фінанси України. 2003. №4. С. 77–81.

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ВИРОБНИЦТВА

Селегей О.П., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц Л.В. Шовкун-Заблоцька
Державний біотехнологічний університет

На сьогоднішній день конкуренція на ринку є достатньо високою та відстежується постійне зростання вимог споживачів, тому перед підприємствами постає завдання втримати лідерство в своїй ланці виробництва. Проте у сучасних умовах можна досягти підвищення ефективності виробництва за рахунок розвитку інноваційних процесів, які отримують кінцевий вираз у нових технологіях та видах конкурентоспроможної продукції.

Розвиток нових технічних і організаційно-технологічних рішень, вдосконалення основних принципів управління стосовно специфіки вітчизняного ринку створюють умови для відновлення процесів відтворення на підприємствах і дають додатковий імпульс для економічного зростання. Збільшення прибутку, зменшення витрат, розширення ринків збуту стимулюють підприємства впроваджувати конкурентоспроможні інновації [1].

Впроваджуючи інновації на підприємстві слід очікувати таких позитивних результатів:

- 1.Значне зростання обсягів виготовленої продукції.
- 2.Поява на ринках нової продукції.
- 3.Зростання національного доходу країни.
- 4.Поява нових форм організації ринкових відносин (з появою інновацій споживачі змінюють свої потреби, з'являються нові вимоги до кінцевого продукту).

Проте впровадження інновацій повинно з часом підживлюватись і їх розвитком. О. Адаменко тлумачить інноваційний розвиток підприємства, як діяльність підприємства, що спирається на постійний пошук нових методів та засобів задоволення споживацьких потреб та підвищення ефективності господарювання; розвиток, що передбачає розширення меж інноваційної діяльності та впровадження інновацій в усі сфери діяльності підприємства [2,с.28].

В умовах ринкової економіки функціонування та розвиток промислових підприємств багато в чому обумовлені також наявністю інноваційного потенціалу, ефективною роботою інноваційних нововведень. Аналіз господарської практики свідчить про те, що значення інноваційної діяльності для промислових підприємств у сучасних умовах постійно зростає. Наявність інноваційного потенціалу є важливим елементом для забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Під поняттям «інноваційний потенціал підприємства» в економіці прийнято розуміти

сукупність характеристик підприємства, які визначають його здатність здійснювати діяльність щодо створення і практичного використання нововведень [2, с.138].

Таким чином виділяють чотири типи інноваційного потенціалу підприємств: з високими, середніми, низькими та нульовими інноваційними можливостями. Кожен з цих типів інноваційного потенціалу відрізняється рівнем забезпеченості власними ресурсами, тобто джерелами покриття витрат на впровадження інновацій [2, с.139].

Останнім часом у стратегіях багатьох підприємств відбувається певна переорієнтація, тобто перехід від всіякого використання економічного ефекту великомасштабного виробництва до більш цілеспрямованої інноваційної стратегії. Нововведення являють собою найважливіші засоби забезпечення стабільності господарського функціонування, ефективності функціонування та конкурентоспроможності. Існує сувора залежність між конкурентними позиціями, ефективністю підприємства та його інноваційним потенціалом. Ефективність функціонування підприємства можна досягти за рахунок підвищення якості продукції, реалізації політики ресурсозбереження, випуску нових проектів, освоєння рентабельних бізнес-проектів.

Безумовно, інновація спирається на задоволення певних суспільних потреб, але водночас підвищення ефективності використання окремих ресурсів або підвищення ефективності окремих виробничих підрозділів, або підвищення ефективності підприємства в цілому внаслідок нововведення та отримання нововведення відбувається далеко не завжди. На кінцевий успіх інновації, що виражається в отриманні економічного ефекту або підвищення ефективності функціонування підприємства, впливає сукупність різних факторів (економічних, юридичних, технічних, ринкових та ін), вплив яких надзвичайно складно спрогнозувати.

Таким чином, можна стверджувати, що інновація: - це нововведення, впроваджене у діяльність підприємства з підвищення його ефективності з урахуванням кращого задоволення певної суспільної потреби. При цьому слід зазначити, що під ефективністю слід розуміти певний економічний, виробничий, соціальний, екологічний та інший результат, що очікується запровадження нововведення. Впровадження інновацій у виробництво часто приводить до економічної вигоди, проте зі своїми можливими ризиками.

Інформаційні джерела

1. Джеджула В.В., Спіфанова І.Ю., Цвик О.Г. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 4. С. 5–8.

2. Микитюк П. П, Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочилиас С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Селюженко В.П. здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.О. Євдокімова**
Державний біотехнологічний університет

Дебіторська заборгованість виступає важливим джерелом формування фінансів на підприємстві, а також впливає на діяльність кожної підпорядкованої структури за способами розрахунків та платежів. Для економічної безпеки і стабільності діяльності підприємства є актуальною тема дослідження та виявлення шляхів управління дебіторською заборгованістю.

Згідно із П(С)БО під дебіторською заборгованістю варто розглядати суму активів, яка відображає обсяг заборгованості перед тим чи іншим суб'єктом господарювання. Лисенко О.О. визначає, що дебіторська заборгованість – це актив, що відображає право однієї сторони на отримання заборгованих коштів у іншої сторони. Пилипенко Л.І. трактує дебіторську заборгованість як фінансовий актив, який відображає право підприємства отримати відповідну суму коштів або цінних паперів від інших суб'єктів господарювання чи фізичних осіб. Швед О.О. визначає дебіторську заборгованість як позику підприємства контрагенту, яка видається на безвідсотковій основі. Білозерцев В. В. – дебіторська заборгованість – це результат господарської операції у грошовому вираженні, який відображає заборгованість однієї сторони перед іншою і зазначений в активі балансу. [1] Проаналізувавши різні підходи до тлумачення поняття дебіторської заборгованості підприємства, бачимо, що вони цілісно взаємодоповнюються один одному.

Дебіторську заборгованість можна розглядати з позитивного і негативного боків. З позитивного вона є активом для підприємства і в подальшому має можливість вплинути на ймовірне отримання прибутку, але в процесі фінансово-господарської діяльності підприємства можливість погашення дебіторської заборгованості може збільшуватися або зменшуватися, тоді така заборгованість приймає негативну сторону. Збільшення дебіторської заборгованості – це означає вилучення коштів з обігу підприємства, відсутність грошових коштів на конкретний термін часу та можливість отримати статус сумнівної та взагалі безнадійної заборгованості. [2]

Управління дебіторською заборгованістю розподіляється між фінансовою, комерційною, юридичною службами, відділом

економічної безпеки, бухгалтерією підприємства так: фінансова служба відповідає за інформаційну та аналітичну підтримку, контроль над виконанням умов угод; комерційна служба – за здійснення продажу та своєчасне надходження грошових коштів за продукцію; юридичний відділ – за підготовку договорів, супроводження претензійної роботи; відділ економічної безпеки – за контроль надійності контрагентів, стягнення заборгованості; бухгалтерія – за своєчасне відображення завершених угод, звірку з контрагентами, підтвердження взаємних розрахунків.

Основними умовами впровадження ефективного управління дебіторською заборгованістю мають стати забезпечення безперервної роботи підприємства; зниження обсягів вільних поточних активів, і, як наслідок, зниження витрат на їх фінансування; прискорення обігу оборотних активів; максимізація прибутку підприємства за збереження ліквідності; підвищення рівня фінансової безпеки підприємства [3].

Для ефективного управління дебіторською заборгованістю здійснюють процес планування. Під час складання річного бюджету встановлюється допустимий рівень дебіторської заборгованості, виходячи зі статистики роботи підприємства, а також рентабельності продажів і фінансових можливостей підприємства. Після планування проводять оперативні роботи, регулярно досліджують й аналізують виконання регламентів і домовленостей, перевіряють основні показники, оцінюють вплив поточної та прогнозованої заборгованості на фінансову стійкість підприємства.

Основою під час управління дебіторською заборгованістю є високий контроль над фінансами підприємства, щоб досягнути зменшення ризиків збитку від списання безнадійних боргів та дефіцитом грошових коштів та їх еквівалентів, а також мінімізації втрат від знецінення суми заборгованості. Одним зі шляхів управління дебіторською заборгованістю може виступати перебудова управління через маркетинг в умовах несплати платежів боржниками, зміст якої полягає у максимізації прибутку підприємства шляхом формування та інкасації дебіторської заборгованості. Інкасація допомагає контролювати ефективність та своєчасність погашення дебіторської заборгованості [4].

У процесі управління дебіторською заборгованістю необхідним є саме етап її реструктуризації, але у разі проведення її не лише на рівні внутрішніх фінансових заходів для уникнення банкрутства, а й під час виявлення найменшої частки кризи, яка пов'язана зі зниженням рівня абсолютної платоспроможності та виникненням потреби у залученні додаткових коштів для здійснення поточних платежів.

Методи управління дебіторською заборгованістю можна класифікувати за різними напрямками. Так, за економічного напрямку застосовують штрафні санкції за прострочення платежу, призупинення постачання товару чи передачу майна (майнових прав) під заставу. Юридичний метод полягає у подачі позову до суду чи претензійній роботі. Такі методи, як психологічний та фізичний, впливають безпосередньо на особу-боржника, а саме проявляються у нагадуванні останньому у формі електронного листа, факсу, поштою про заборгованість чи навіть розповсюдження серед інших постачальників, а також арешті майна [5].

Найбільш дієвими нині у процесі управління та контролю дебіторської заборгованості є надання особам-боржникам знижки за зменшення строку її погашення, адже це допомагає створити стимул, щоб рахунки сплачувалися відповідно до встановлених строків. У нашій країні на підприємствах цей метод ще не набув широкого застосування, але досвід зарубіжних країн доводить, що він є ефективним і вигідним.

Правильний підхід до управління дебіторською заборгованістю надає підприємству певні вказівки щодо підвищення рівня ліквідності та платоспроможності, а також виступає інструментом скорочення ризиків фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання, що є основою для забезпечення ефективної та фінансово стабільної діяльності та довгострокових перспектив розвитку.

Інформаційні джерела

1. Лазик І., Віблій П., Коць О. Особливості управління дебіторською заборгованістю підприємства галицький економічний вісник URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu galician economik journal, no 1 (74) 2022.
2. Костюнік О.В., Сторожук В.В. Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю на підприємствах/ Науковий вісник Херсонського державного університету, серія Економічні науки Випуск 27. Частина
3. 2017. С.113-116. 3. Пінчук Т.А. Організаційно-методичні проблеми обліку дебіторської заборгованості в системі управління підприємством / Ефективна економіка. 2014. № 10. С. 36–41.
4. Польова О.Л. Принципи управління дебіторською заборгованістю аграрних підприємств на регіональному рівні / Науковий вісник ВДАУ. 2010. № 5. С. 290-294.
5. Єригіна І.О. Проблема управління дебіторською заборгованістю підприємства та шляхи її вирішення Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. «Облік та аудит». Серія «Економічні науки.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Славуца О.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Близнюк**
Державний біотехнологічний університет

Попри вплив повномасштабної військової агресії на економіку, Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Міністерство фінансів України та Фонд гарантування вкладів фізичних осіб продовжують втілювати Стратегію розвитку фінансового сектору України. Метою розробленої стратегії є забезпечення подальшого реформування та розвитку фінансово-кредитної системи України відповідно до провідних міжнародних практик й імплементації заходів, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС й іншими міжнародними зобов'язаннями України.

Стратегія розвитку фінансового ринку України визначає пріоритети реформування в розрізі п'яти стратегічних напрямів: фінансова стабільність, макроекономічний розвиток, фінансова інклюзія, розвиток фінансових ринків та інноваційний розвиток. Кожен напрямок має свої стратегічні цілі та індикатори виконання.

Фінансова стабільність реалізується через комплекс заходів, зокрема, удосконалення моделі регулювання фінансового сектору, гармонізацію регуляторних вимог і міжнародне співробітництво, протидію зловживанням на фінансовому та фондовому ринках, удосконалення системи гарантування вкладів та виведення неплатоспроможних фінансових установ з ринку, підвищення відкритості інформаційного обміну між регуляторами фінансового сектору та державними установами, забезпечення контролю за кредитними ризиками, підвищення вимог до стійкості професійних учасників фондового ринку.

Макроекономічний розвиток спрямовано на забезпечення стійкості державних фінансів, проведення виваженої фіскальної політики та координації в межах бюджетного процесу, забезпечення боргової стійкості та зниження фіскальних ризиків, розвиток внутрішнього ринку державних цінних паперів, сприяння кредитуванню економіки, стимулювання розвитку ринку небанківського кредитування, посилення захисту прав кредиторів та інвесторів, створення умов для залучення довгострокових ресурсів, запровадження регулювання та створення національного інвестиційного фонду, розвиток ринку страхування життя України.

Фінансова інклюзія передбачає підвищення доступності та рівня користування фінансовими послугами, стимулювання розвитку платіжної інфраструктури для здійснення безготівкових операцій, посилення захисту прав споживачів фінансових послуг, забезпечення прозорості інформації щодо фінансових послуг, захист вкладників та інвесторів, підвищення рівня фінансової грамотності населення.

Розвиток фінансових ринків спрямовано на удосконалення інфраструктури ринків капіталу, розрахункової та клірингової інфраструктури ринків капіталу та організованих товарних ринків, забезпечення їх модернізації, консолідації і розвитку біржової та депозитарної інфраструктури; забезпечення розвитку інституту посередників небанківського фінансового сектору, забезпечення розвитку інституту рейтингових агентств; створення ліквідних ринків фінансових інструментів та механізмів зниження ризиків здійснення фінансових операцій, упровадження нових та розвитку наявних фінансових інструментів; запровадження інституту та розвиток ринку сек'юритизації активів, інтеграцію фінансового ринку України в світовий та європейський фінансовий простір, розширення міжнародної співпраці, гармонізацію законодавства України та ЄС.

Інноваційний розвиток реалізується через механізми розвитку відкритої архітектури фінансового ринку та оверсайту; адаптацію положень вітчизняного законодавства з питань платіжних послуг до вимог актів ЄС; стимулювання розвитку нових технологій для здійснення платежів та переказів коштів, забезпечення розвитку ринку FinTech, цифрових технологій, платформ регуляторів, комп'ютерного проєктування, аналізу big data, blockchain, автоматизації, роботизації і використання штучного інтелекту; вивчення можливості випуску цифрової валюти центрального банку; посилення кібербезпеки, стимулювання впровадження інноваційних технологій, запровадження інноваційних інструментів обміну даними між НБУ, іншими державними установами та учасниками фінансового ринку; сприяння використанню новітніх ІТ-технологій регуляторами, удосконалення розкриття інформації на основі стандартів звітності в електронному вигляді, розвиток цифрової економіки, розширення доступу учасників ринку до публічних реєстрів, розвиток системи віддаленої ідентифікації BankID НБУ та онлайн-сервісів фінансових послуг; впровадження системи дистанційного укладення правочинів у сферах накопичувального пенсійного забезпечення та спільного інвестування; розвиток та використання хмарних технологій, розвиток ІТ-інфраструктури фінансового ринку та широке застосування безпаперових технологій.

ОПТИМІЗАЦІЯ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Тищенко Д.С., здобувач ступеня доктора філософії
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.В. Глушенко**
Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

Однією з найактуальніших і стрімких тенденцій сучасного світу є цифрова трансформація економіки. Вона впливає на всі сфери життя, включаючи бізнес, уряд, освіту, охорону здоров'я, громадянське суспільство. Суб'єкти бізнесу використовують цифрові технології для оптимізації бізнес-процесів, цифровізації завдань та збільшення продуктивності, що включає в себе використання штучного інтелекту, Big data, хмарних обчислень та Інтернету речей (IoT) (в різних галузях, таких як smart-домівки, smart-міста та промисловість). Також зростає роль впровадження фінансових технологій (FinTech), за умов значного перевищення їх обсягом над обсягом традиційних послуг, що реалізується шляхом розповсюдження мобільних платежів, криптовалюти, онлайн-кредитування та інших інноваційних рішень [1]. Слід зазначити, що за цих умов, цифрова трансформація економіки вимагає значних фінансових ресурсів для реалізації та підтримки інноваційних ініціатив та проєктів. Основними джерелами фінансування цифрової трансформації економіки сьогодні є:

– Державний бюджет. Фінансування з державного бюджету цифрових проєктів, наукових досліджень та інновацій.

– Інвестиції. Приватні інвестиції в цифрові технології та інноваційні стартапи – значне джерело фінансування, бо саме інвестори, включаючи венчурні фонди та «бізнес-ангелів», сприяють розвитку цифрових ініціатив.

– Гранти та субсидії. Міжнародні організації надають гранти та субсидії для досліджень, розвитку технологій й інноваційних проєктів.

– Корпоративні партнерства. Співпраця з корпораціями і приватним сектором є драйвером фінансової підтримки для цифрових проєктів, шляхом інвестування у спільні ініціативи та розвиток нових технологій.

– Банківські кредити та позики. Фінансові установи надають кредити та позики для підтримки цифрових ініціатив та великих проєктів.

– Інфраструктурні фонди. Діяльність фондів, спрямовано на розвиток технологічної та інформаційної інфраструктури.

– Внутрішні фонди розвитку. Великі суб'єкти бізнесу створюють

внутрішні фонди розвитку, які призначено для інвестування в цифрові технології та інновації.

– Інтернаціональні фонди та програми. В першу чергу, міжнародні організації ЄС та Всесвітній банк мають масштабні програми сприяння розвитку й фінансової підтримки.

– Краудфандинг та краудсорсинг. Платформи, що залучають фінансування від широкого кола спільноти та зацікавлених осіб.

– Продаж власних технологій. Підприємства можуть отримувати фінансову підтримку, реалізуючи або ліцензуючи свої технологічні розробки та інновації.

– Спеціалізовані фонди та програми. У багатьох країнах діють спеціалізовані фонди та програми для підтримки цифрових ініціатив, наприклад, для розвитку штучного інтелекту, кібербезпеки чи Big data [2; 3].

Оптимізація складу та структури джерел фінансового забезпечення цифрової трансформації економіки включає в себе низку стратегічних кроків та дій, спрямованих на ефективне використання фінансових ресурсів для підтримки цифрових ініціатив та інновацій. Першим кроком є детальний аналіз і оцінка потреб у фінансуванні цифрової трансформації, що дозволяє визначити, які конкретні проекти та ініціативи потребують фінансової підтримки, а також кількість необхідних ресурсів [4, с. 106]. Забезпечення різноманітності джерел фінансування (державний бюджет, інвестиції, корпоративні партнерства, гранти, кредити тощо) може зменшити ризики та залежність від конкретних джерел. Так підтримка з боку держави, у вигляді грантів та субсидій, є важливим джерелом фінансування для досліджень та інноваційних проектів у сфері цифрової трансформації й вимагає ретельного фінансового планування та бюджетування. Слід зазначити, що формуючи склад джерел фінансового забезпечення цифрової трансформації необхідно додержуватися транспарентності використання фінансових ресурсів, що сприятиме підвищенню довіри інвесторів та фінансових установ, а також ретельно оцінювати ризики, пов'язані з фінансуванням цифрової трансформації, розробляти виважені стратегії щодо їх зменшення та управління [5, с. 41].

Розвиток цифрових навичок персоналу є критичним для успішної цифрової трансформації. Тому, необхідно постійно інвестувати в навчання та розвиток цифрових навичок персоналу (з питань цифрових технологій, включаючи штучний інтелект, Big data, кібербезпеку, інтернет речей та ін.), широко використовувати можливості онлайн-платформ для навчання, таких як Coursera, edX, LinkedIn Learning, для доступу до курсів та навчальних матеріалів [6].

Таким чином, цифрова трансформація може стати ключовим чинником економічного розвитку, і важливо забезпечити доступ до необхідних фінансових ресурсів для її успішної реалізації. Сприяння створенню інноваційних екосистем відіграє важливу роль у стимулюванні цифрової трансформації економіки. Інноваційні екосистеми – це середовище для розвитку та реалізації нових ідей, технологій та бізнес-проектів. Тому актуалізуються питання надання фінансової підтримки для досліджень та розвитку цифрових технологій, а також для малих та середніх підприємств, які бажають впроваджувати цифрові інновації. Додаткового фінансового забезпечення потребують: мережі менторів та спеціалістів, які діляться своїм досвідом, інкубатори та акселератори для стартапів; інноваційні кластери та технопарки. Розвиток додатків та сервісів, що базуються на інформації від уряду та інших джерел, формування активної спільноти та інтерактивних платформ. є запорукою розвитку інноваційних ідей та продуктів, що сприяє обміну ідеями, об'єднує суб'єкти бізнесу і дослідницькі установи для спільної реалізації проектів та глобальних цифрових ініціатив.

Інформаційні джерела

1. Краус Н.М., Краус К.М., Марченко О.В. Цифрова економіка та інноваційно-підприємницький університет крізь призму конкурентоспроможності. Ефективна економіка. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2020/7.pdf

2. Lysak H., Morozova H., Gorokh O., Maliy O., Nesterenko I. The System of Financial Control in the Management of a Small Business Enterprise: Methods and Tools of Implementation. *Review of Economics and Finance*. 2022. Vol. 20. No. 1. P. 1034–1041. DOI: <https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.115>

3. Нестеренко І.В. Особливості обліку та аудиту фінансових інвестицій підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип. 1(15). Ч. 1. С. 136–142. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/17976>

4. 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.

5. Тищенко Д.С. Цифрова трансформація як драйвер розвитку економіки. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. Вип. 4(04). С. 38–45. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.4-7>

6. Пічкурова З.В. Особливості розвитку технології великих даних у глобальній цифровій економіці. 2021. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/53688>

ПОЗИКОВИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА

Удовенко М.В., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Г.С. Морозова
Державний біотехнологічний університет

Для будь-якого підприємства принципове значення має віддача у формі прибутку використання як власних, так і позикових коштів. Якщо підприємство у своїй діяльності використовує як власний, так і позиковий капітал, то дохідність власного капіталу може бути підвищена за рахунок банківських кредитів. Використання позикового капіталу дає змогу підприємству нарощувати економічний потенціал і забезпечити ефективніше використання власного капіталу, а отже, підвищити ринкову вартість капіталу підприємства.

Дослідженням сутності позикового капіталу, а також питаннями його формування займалися вчені – І.А. Бланк, Т.В. Давидюк, І.В. Замула, С.Ф. Легенчук, Г.О. Кузнецова, Г.П. Ляшенко, О.О. Суярова, Ф.Ф. Бутинець, Л.К. Сук, В.В. Сопко, О.О. Зеленіна, А.М. Поддєрьогін, Т. Камінська та інші. Але вони не дійшли згоди у визначенні єдиного розуміння сутності позикового капіталу підприємства. Тому доцільним є більш докладно розглянути питання щодо економічної природи позикового капіталу.

В економічній літературі окремі автори вважають, що такі статті, як статті заборгованості за виплатами заробітної плати, не можна кваліфікувати як позиковий капітал з тієї причини, що останні є поточними зобов'язаннями, а «поточні зобов'язання переважно становлять пасивний еквівалент коштів у обороті, тобто розглядаються як загальноекономічна, а не як фінансова категорія».

Проблема розробки комплексної теорії сутності позикового капіталу займала вчених протягом багатьох років. Але навіть сьогодні немає єдиного підходу до його сутності.

Поняття позикового капіталу є досить суперечливим і відзначає значну кількість різних поглядів на його сутність. Це підкреслює багатогранність цього поняття. Для виявлення сутності позикового капіталу нами були розглянуті різні підходи деяких вітчизняних і зарубіжних дослідників до визначення цього поняття, що дало нам підстави зробити висновок про те, що серед них немає єдиної позиції щодо визначення позикового капіталу. Така невизначеність обумовлена відсутністю чіткого, загальноприйнятого визначення поняття «капітал».

На основі досліджених поглядів різних авторів, щодо визначення сутності позикового капіталу, нами було наведено наступне узагальнююче визначення даної економічної категорії: позиковий капітал, як складова частина капіталу підприємства, являє собою одне з джерел фінансування його діяльності, що формується у вигляді грошових коштів, емісії цінних паперів, а також у вигляді залучення додаткових активів на умовах терміновості, поверненості та платності, і використовується з метою здійснення господарської діяльності підприємства, а також отримання та зростання прибутку.

До основних чинників, які спонукають підприємства використовувати позикові кошти можна віднести:

– розбіжності за термінами виготовлення продукції, надходження її до споживачів і отримання оплати обумовлює несвоєчасне надходження коштів на підприємство, що призводить до нестачі оборотних активів, яка, як правило, покривається короткостроковими позиками;

– оновлення виробничої бази, її розширення, модернізація за рахунок тезаврації прибутку та використання інших власних фінансових ресурсів не може бути повністю забезпеченим, тому реалізація інвестиційних програм, спрямованих на економічне зростання, передбачає залучення довгострокового позикового капіталу.

Занадто велике залучення позикових коштів зменшує фінансову стійкість підприємства, а занадто малий об'єм позикових коштів не дозволяє підприємству розвиватися. Таким чином, підприємство, що використовує позиковий капітал, має більш високий фінансовий потенціал свого розвитку та можливості приросту фінансової рентабельності діяльності, однак більшою мірою генерує фінансовий ризик і загрозу банкрутства.

Позиковий капітал може використовуватися як для формування довгострокових фінансових засобів у вигляді основних фондів (капіталу), так і для формування короткострокових (поточних) фінансових засобів для кожного виробничого циклу.

Таким чином, залучення в оборот позикового капіталу в розумних розмірах та ефективне його використання сприяють поліпшенню фінансового стану, і навпаки, якщо підприємство залучає в свій оборот позиковий капітал у розмірах, що економічно не обґрунтовані, то це може призвести до погіршення фінансового стану.

Інформаційні джерела

1. Азарова А.О. Джерела формування та способи залучення позикового капіталу. Економічний простір. 2018. № 15. С.152-161.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ

Узун О.Г., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.Г. Лисак**
Державний біотехнологічний університет

Важливим показником антикризового управління є його ефективність, яка відображає співвідношення ступеня досягнення цілей пом'якшення, локалізації чи позитивного використання кризи, тобто ефекту та витрачених для цього ресурсів [1]. Підвищенню ефективності антикризового керування сприяє використання нових інформаційних технологій.

Сучасному етапу управління, в період цифровізації економіки, яка використовує інформаційні потоки, властива опора на технології не меншою мірою, ніж на теорію. Це, в свою чергу, визначає аспект управління підприємствами і має назву - інформаційно-технологічний аспект управління. Його сутність показано на рис. 1.

Наявність достовірної та актуальної інформації тим не може виключити кризову ситуацію, якщо для прийняття рішень використовують інформаційні комплекси великого обсягу, що виключають можливість безпосереднього аналізу їх людиною.

Виникають звані інформаційні бар'єри, утрудняють об'єктивний і оперативний аналіз інформаційних комплексів великого обсягу. Для подолання інформаційних бар'єрів і зменшення інформаційного навантаження застосовують різні технології, до яких належать інформаційні.

Це і визначає інформаційно-технологічний аспект антикризового управління як застосування інформаційних технологій для зменшення обсягу комплексу управлінської інформації за збереження його інформативності, підвищення якості управлінської інформації та підвищення наочності.

Проведений аналіз вітчизняного ринку пакетів прикладних програм показав фактичну відсутність спеціалізованих програмних продуктів комплексної автоматизації антикризового управління підприємствами. Разом з цим існують прикладних програмних продуктів, здатних допомогти керівництву організації у плануванні та здійсненні окремих етапів антикризових програм.

Узагальнюючи отриману під час дослідження інформацію, усі існуючі зараз інформаційні технології антикризового управління можна угрупувати наступним чином.

1. Програми фінансового аналізу, які дають змогу продіагностувати фінансовий стан підприємства, збудувати прогноз його діяльності та визначити наявність криз. Найбільш поширеними пакетами цієї групи є Audit Expert фірми "Артек", Альт-Фінанс фірми "Альт", Бест-Ф фірми "Інтелект-Сервіс".

2. Програмні продукти для статистичного аналізу та прогнозування діяльності організації, які за допомогою регресійного аналізу, прогнозують поведінку показників економічної діяльності підприємства та модулюють їх факторні залежності. Розв'язання такого типу завдань здійснюється за допомогою пакетів програм: MS Excel, STATISTICA, Альт-Прогноз, Forecast Expert, STATGRAPHICS.

3. Маркетингові програми, що дозволяють створювати моделі діяльності підприємства на ринку, визначати прибутковість і аналізувати зовнішнє середовище за допомогою SWOT-аналіз. Для такого класу завдань найбільш доцільним є також використання: MS Excel, STATISTICA, Альт-Прогноз, Forecast Expert, STATGRAPHICS.

4. Спеціалізовані пакети прикладних програм, призначені для автоматизації зовнішнього антикризового управління. Вони дають змогу, ґрунтуючись на оцінці кредитоспроможності підприємства давати висновки щодо погіршення фінансового стану суб'єктів господарювання та визначати наближення криз. Крім цього, з їх допомогою є можливість отримати оцінку підприємницького ризику. Найбільш відомим програмними засобами цієї групи є СПІВР «Інвестор», "Combi-PC

5. Окрему нішу займають програми адаптивного управління, наприклад, система підтримки прийняття рішень EIS-MANAGER, розроблена В.А. Долятовським та А.В. Івахненко [2].

«EIS-MANAGER» – це нечітко-нейронна інтелектуальна система підтримки прийняття рішень, яка містить мову подання знань «EIS-FUZZY Script», що дозволяє, близькою до природної, мовою формувати базу менеджерських знань. В даний час існують такі системи як Інвестор, EXCO, COMBI-PC, програми фінансового аналізу та прогнозування діяльності організації, що застосовуються для управління кризами: на етапі прогнозування криз, їхньої діагностики, розробки та реалізації антикризових стратегій.

Виходячи з неведеного, зазначимо, що всі підприємства, які існують сьогодні, потребує антикризового управління, яке передбачає не тільки управління в період кризи, а й передкризове та після кризове управління. І з цього приводу, вважаємо за доцільне, з метою проведення постійного моніторингу та накопичення інформації, суб'єктам господарювання створювати внутрішні інформаційні

системи, на основі внутрішньої бази даних своїх підприємств. Використовуючи готові пакети програм можлива побудова та реалізація моделей, які на основі занесення даних бухгалтерської звітності, допоможуть розпізнати приховані стадії кризи, розрахують її кількісні характеристики. А це, в свою чергу дасть змогу своєчасно їх уникнути.

Інформаційні джерела

1. Боняр С.М. Теоретичні основи антикризового управління / С. М. Боняр, Я. О. Скутова-Корх // Водний транспорт. - 2013. - Вип. 1. - С. 97-102.

2. Жигалкевич Ж.М. Інформаційні технології в управлінні підприємством / Ж.М. Жигалкевич, А.С. Оношко // Сучасні підходи до управління підприємством: Збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 28 квітня 2016 р. — К: Вид-во «Політехніка», 2016. — 104 с. — С.23

3. Кащенко Н.Б., Горошанська О.О. Теоретичний базис антикризового управління підприємством. Економіка і фінанси. № 12. С. 10–19. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/9572>

4. Кащенко Н.Б., Чміль Г.Л. Маркетингове забезпечення антикризового управління торговельними підприємствами. Бізнес-навігатор. 2018. Вип. 4 (47). С. 69-74. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/6939/1/bnav_2018_4_17.pdf

5. Кащенко Н. Б. Формування стратегічних орієнтирів забезпечення економічної стійкості підприємства в умовах невизначеності. Фінансові механізми антикризового управління: сучасні реалії та стратегічні орієнтири: колективна монографія / за заг. ред. А.С. Крутової; Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. С. 258-278.

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ КОМПАНІЇ

Фенченко М.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

Огляд наукових публікацій щодо оцінювання фінансового потенціалу компаній, надав можливість дійти висновку, що, методичне забезпечення такої оцінки розроблено недостатньо. Більшість авторів підходять до діагностики фінансового потенціалу з різних позицій, таких як забезпеченість фінансовими ресурсами, їх ефективне використання, оцінка фінансового стану за допомогою фінансових показників, та т.п. [1-5].

Більшість науковців пропонують оцінювати наявний фінансовий потенціал на основі аналізу показників ділової активності, рентабельності та платоспроможності [1; 2; 4]. По суті, ці методи є оцінкою минулих результатів або наслідків ділових подій на основі бухгалтерських даних. Тому розглядати фінансовий потенціал виключно з точки зору наявних ресурсів, на наш погляд недостатньо.

Ми вважаємо, що під фінансовим потенціалом слід розуміти сукупність поточних і усіх майбутніх можливостей компанії, визначених наявністю та організацією використання її фінансових ресурсів відповідно до стратегічних завдань розвитку. Відповідно до цього треба і будувати діагностику. Також важливо враховувати вплив факторів, що впливають на формування і використання фінансового потенціалу.

Важливо, що зміни фінансових можливостей компанії істотно залежать від змін в економічному середовищі. Тому необхідно враховувати не лише фінансові фактори, а й багато інших, які не мають вартісної оцінки. Можливі зміни можуть стосуватись коригування політики, змін в структурі власності, готовність компанії працювати в нових умовах високого ризику тощо.

Важливо відзначити, що фінансовий потенціал включає деякі показники зміни фінансових можливостей [3].

Дослідники пропонують різні методи і прийоми фінансового аналізу для оцінки фінансового потенціалу. Переважає метод діагностики фінансового потенціалу за допомогою інтегральної моделі, яка розраховує інтегральний показник на основі чітко визначеного механізму математичних залежностей між обраними групами показників [1; 4]. Однак такі методики базуються на показниках, розрахованих за даними останнього звітного періоду, і не враховують їх динаміку в часі.

Інший підхід полягає в діагностиці фінансового потенціалу шляхом аналізу основних фінансових показників компанії в динаміці та екстраполяції і прогнозування цієї динаміки на майбутні періоди [2; 5]. Цей підхід фокусується на оцінці здатності компанії генерувати грошовий потік і дозволяє проводити фінансове прогнозування.

Тому заслуговує на увагу метод [3], що доцільно використовувати комбінований підхід, який включає оцінку як прогнозованого фінансового стану так і якісні показники - фактори впливу та показники змін.

Тому, методики діагностики фінансового потенціалу повинні охоплювати всі процеси, що відбуваються в різних функціональних областях компанії і включати прогнозні розрахунки з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів, що забезпечитиме повну

характеристику надійності її бізнесу, а також послужать основою для розробки її фінансової стратегії.

Інформаційні джерела

1. Левченко Н. М. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та підходи до діагностики. Інвестиції: практика та досвід. 2012. № 2. С.114-117.

2. Малій О.Г. Оцінювання фінансового і ресурсного потенціалу за фінансовими показниками (на прикладі підприємства авіабудування). Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки, 2019. Вип.200. С. 3-12.

3. Малій О.Г. Фінансовий потенціал підприємства: сутність та підходи до оцінювання. Креативний простір України та світу: кол. моногр. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. 264 с. С. 217-223.

4. Саух І. Фінансовий потенціал підприємства як об'єкт стратегічного аналізу. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. С.132-141.

5. Управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі в умовах невизначеності: колективна монографія /[Крутова А.С., Лачкова Л.І., Ставерська Т.О., Шевчук І.Л., Близнюк О.П., Бігдан І.А., Лачкова В.М., Андрущенко І.С., Жилякова О.В., Іванюта О.М., Сіфурова А.І.]; за ред. А. С. Крутової. Х. : Видавець Іванченко І. С., 2017. 264 с.

6. Кашена Н.Б. Методологічна платформа діагностики економічної активності підприємств торгівлі. Університет митної справи та фінансів. Науковий погляд: економіка та управління, 2021. № 3 (73). С. 22-27. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/479>

ЗАЛЕЖНІСТЬ МІЖ ВВП УКРАЇНИ ТА СЕРЕДНЬОЮ ЗАРОБІТНОЮ ПЛАТОЮ

Форись Т., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.М. Зомчак**
Львівський національний університет ім. Івана Франка

Залежність між ВВП і середньою заробітною платою є важливим аспектом економічного дослідження. Аналіз цієї залежності допомагає оцінити економічне зростання та продуктивність країни. Високий рівень ВВП може свідчити про успішне економічне розвиток, що потенційно призводить до підвищення середньої заробітної плати.

Однак, дослідження залежності між ВВП і середньою заробітною платою також розкриває розподіл доходів у суспільстві. Низький рівень середньої заробітної плати відносно ВВП може свідчити про нерівномірний розподіл доходів та соціальну нерівність. Це ставить під загрозу стабільність та соціально-економічний розвиток

країни. Середня заробітна плата також має прямий вплив на життєвий рівень населення. Висока середня заробітна плата сприяє поліпшенню життєвих умов та забезпеченню кращого доступу до основних потреб, таких як харчування, житло, освіта та охорона здоров'я. Тому, аналізуючи залежність між ВВП і середньою заробітною платою, ми можемо встановити, наскільки економічне зростання перекладається на покращення якості життя населення.

Дослідження залежності між ВВП і середньою заробітною платою є актуальним у зв'язку з його важливістю для оцінки стану економіки, розподілу доходів та визначення життєвого рівня населення. Вони надають інформацію про економічне зростання, продуктивність та конкурентоспроможність країни, допомагають виявити соціальну нерівність і розробити політики, спрямовані на забезпечення більш справедливого розподілу доходів та поліпшення життєвого рівня населення.

Під час дослідження економічних залежностей на макrorівні часто застосовують економетричні моделі, наприклад, симультивна модель для моделювання рівня інфляції [1], просторово-панельний підхід для моделювання сталого розвитку регіонів [2], авторегресійні моделі для розроблення монетарної політики [3], панельні моделі для дослідження регіонального економічного розвитку [4] тощо.

Побудовано економетричну модель парної регресії, яка враховує залежність розміру ВВП від розміру середньою заробітної плати. Для моделі використано офіційну статистику зі сторінки Державної служби статистики України [5] про ВВП та середню заробітну плату за період 2001-2022 рр. Побудуємо графік моделі, а також визначимо його рівняння і коефіцієнт детермінації:

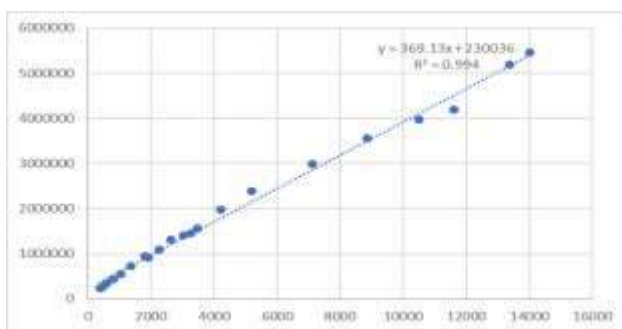


Рис. 1. Графічний аналіз моделі залежності ВВП від середньої заробітної плати за період від 2001 до 2022 рр.

Відповідно до моделі коефіцієнт детермінації становить 0.994, тобто 99.4% мінливості результуючої змінної зумовлено впливом факторної змінної та 3.6% зумовлено впливом факторів, які не враховуються в цій моделі.

Попри те, що модель добре описує залежність між ВВП України та середньою заробітною платою, є підстави підозрювати наявність гетероскедастичності. Використаємо один із аналітичних методів, наприклад тест Парка. Для аналізу цим методом знаходимо натуральні логорифми квадратів відхилень і факторної змінної, будемо кореляційно-регресійну модель залежності $\ln(e^2)$ від $\ln(x)$. Проаналізувавши модель бачимо, що параметри є значущими і коефіцієнт регресії високий. За результатами цього тесту можемо зробити висновок, що гетероскедастичність наявна.

Оскільки підтвердили наявність гетероскедастичності у моделі перейдемо до її усунення. Для цього можна застосувати різні методи, наприклад, метод найменших квадратів з використанням узагальнених моментів. Усунення гетероскедастичності є важливим кроком у правильному моделюванні та інтерпретації результатів в регресійних аналізах. Класичний метод найменших квадратів, який припускає гомоскедастичність, не враховує різницю у дисперсії залишків. Це може призвести до недостовірних і непереконливих результатів.

Для усунення гетероскедастичності, будемо використовувати метод зважених найменших квадратів при невідомих дисперсіях випадкових величин. Висунемо гіпотезу, що дисперсія випадкових величин дорівнює X . Отримуємо модель:

Коефіцієнт детермінації становить 0,9949. У порівнянні із початковою моделлю коефіцієнт детермінації зріс на 0.009%. З коефіцієнтом детермінації 99.49% після усунення гетероскедастичності, можна зробити висновок, що модель регресії добре пояснює варіацію ВВП на основі середньої заробітної плати.

Інформаційні джерела

1. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. 1 (105). С. 78-85.

2. Зомчак Л., Коваль Л. Сталий розвиток регіонів України: просторово-панельний підхід. Інфраструктура ринку. 2022. С. 211-215.

3. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. Advances in Intelligent Systems. Computer Science and Digital Economics IV. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 369-379.

4. Zomchak L., Vdovyn M., Deresh O.. Regional Economic Development Indicators Analysis and Forecasting: Panel Data Evidence from Ukraine. In The International Conference on Artificial Intelligence and Logistics Engineering. 2023. Cham: Springer Nature Switzerland. P. 217-228.

5. Державна служба статистики України. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

КЛАСИФІКАЦІЯ ТИПІВ ПОРТФЕЛІВ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЗАЛЕЖНО ВІД ЦІЛЕЙ ФОРМУВАННЯ

Шешунов Р.Г., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.П. Близнюк**
Державний біотехнологічний університет

Портфель фінансових інвестицій – це цілеспрямовано сформована сукупність фінансових інструментів (цінних паперів, деривативів, депозитно-кредитних угод, грошових коштів у національній та іноземній валюті, інших фінансових активів), що призначені для здійснення фінансового інвестування у відповідності з розробленою інвестиційною стратегією підприємства. Головною метою формування портфелю фінансових інвестицій є забезпечення реалізації політики фінансового інвестування шляхом підбору найбільш дохідних та безпечних фінансових активів.

Структура портфеля – це співвідношення конкретних видів фінансових інструментів у портфелі. Формуючи портфель, інвестор виходить із бажання мати кошти в такій формі і в такому місці, щоб вони були безпечними, ліквідними і високодохідними. В процесі формування інвестиційного портфеля необхідно враховувати такі чинники: ступінь ризику, дохідність, термін вкладення, тип фінансового інструмента. Залежно від інвестиційної мети інвестор формує портфель певного типу.

Метою формування портфелів цінних паперів можуть бути: отримання доходу; збереження капіталу; забезпечення приросту капіталу на основі підвищення курсу цінних паперів, валюти, ринкового відсотка за депозитно-кредитними угодами. Альтернативність цілей формування інвестиційного портфелю визначає різноманітність політики фінансового інвестування, яка в свою чергу визначає конкретний тип портфелю, що формується.

Залежно від цілей формування інвестиційного доходу розрізняють два основні типи портфелю цінних паперів – портфель доходу і портфель зростання. Для портфеля доходу характерною є

орієнтація на отримання доходу за рахунок дивідендів та відсотків. Портфель має майже нульовий ризик за рахунок спланованого рівня доходу. Інакше цей портфель називають дохідним. Метою портфеля зростання є збільшення капіталу переважно не за рахунок отримання дивідендів та відсотків, а за рахунок підвищення курсу цінних паперів, валюти, ринкового відсотка на вільний грошовий капітал. Такий портфель називають курсовим портфелем.

По відношенню до інвестиційних ризиків розрізняють три основних типи портфелю: агресивний (спекулятивний); помірний (компромісний); консервативний портфель. Така типізація портфелів заснована на диференціації рівня інвестиційного ризику та відповідно і рівня доходу, на який згоден конкретний інвестор в процесі фінансового інвестування.

Портфелі цінних паперів можуть бути також фіксовані і змінні. Фіксовані портфелі зберігають свою структуру протягом встановленого терміну, тривалість якого визначається терміном погашення цінних паперів та інших фінансових інструментів, які до нього входять. Змінні, або керовані, портфелі в повній відповідності до своєї назви мають динамічну структуру фінансових інструментів, склад яких постійно оновлюється з метою отримання максимального економічного ефекту. Є спеціалізовані портфелі іноземних цінних паперів і вітчизняних цінних паперів. Такі портфелі дають можливість закордонним інвесторам при порівняно невеликому ризику освоювати нові ринки. Портфелі цінних паперів можуть мати галузеву і територіальну спеціалізацію. Портфелі фінансових інвестицій можуть бути орієнтовані на різні терміни залучення до свого складу короткострокових, середньострокових і довгострокових фінансових інструментів.

Виходячи з основних типів портфелів фінансових інвестицій формуються різні їх варіанти, які використовуються в процесі реалізації політики диверсифікації портфелю. Диверсифікація портфеля – це один із напрямків інвестиційної політики підприємства, що спрямований на зниження портфельного ризику. Чим вища кількість видів фінансових інструментів з різними характеристиками, що включені в інвестиційний портфель, тим нижчим за незмінного рівня інвестиційного доходу буде рівень портфельного ризику.

Таким чином, основними варіантами типів портфелів фінансових інвестицій можуть бути: 1) агресивний портфель доходу; 2) агресивний портфель зростання; 3) поміркований портфель доходу; 4) поміркований портфель зростання; 5) консервативний портфель доходу; 6) консервативний портфель зростання.

При цьому, оцінюючи як окремі фінансові активи, так і портфель фінансових інвестицій в цілому, треба враховувати обидва найважливіших показники – дохідність і ризик. Суттєвим моментом у сучасній теорії є врахування взаємних кореляційних зв'язків між дохідностями та ризиком фінансових активів. Саме це дає змогу здійснювати ефективну диверсифікацію портфеля, що сприяє суттєвому зниженню його ризику та підвищенню прибутковості.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Якимов Г.О., здоб. ОС «магістр»

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

В умовах Європейської інтеграції Україна поклала курс на проведення ряду реформ, в тому числі реформи соціальної сфери. Соціальний захист як складова частина соціальної сфери також потребує змін у її функціонуванні. Соціальне страхування у сучасному українському суспільстві набуло більшої актуальності саме під час воєнних дій на території країни, коли з одного боку спостерігається ріст безробіття, реалізація інших соціальних ризиків, а з іншого – суттєве зменшення надходжень від єдиного соціального внеску до Пенсійного фонду України. Для визначення ефективності соціальних заходів держави важливим є вивчення фінансового механізму системи соціального захисту населення. Це поняття є об'єктом наукових пошуків як зарубіжних, так і вітчизняних економістів, політиків та представників громадськості.

Поняття загальнообов'язкового державного соціального страхування в Україні розглядається як система соціально-економічних, політичних та юридичних умов, яка передбачає надання соціального захисту, що включає матеріальне забезпечення громадян у разі ринкових збоїв і формується за рахунок сплати страхових внесків роботодавців і громадян, бюджетних коштів та інших джерел, передбачених законом. Загальнообов'язкове державне соціальне страхування передбачає наступні види виплат допомоги: страхування на випадок безробіття; страхування на випадок тимчасової втрати працездатності; від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності; медичне страхування; пенсійне страхування.

Враховуючи думки провідних науковців, можна визначити фінансовий механізм соціального захисту як систему використання фінансових ресурсів для соціального захисту. Завдяки такому механізму забезпечуються належні умови для акумуляції та використання потрібних коштів, підтримується належний порядок їхнього руху для підвищення якості суспільного добробуту. Фінансовий механізм соціального захисту має визначати напрямки руху частини ВВП в сфері соціального захисту громадян конкретної країни.

Загальний обсяг надходжень ЄСВ хронічно недостатній для проведення соціальних видатків. Про це свідчить і регулярне дофінансування ПФУ з державного бюджету. За дев'ять місяців 2022р. ПФУ надано трансфертів з державного бюджету обсягом 147 млрд. грн. При цьому власні доходи фонду становили 289 млрд. грн. або 66,4% його загальних доходів [1].

В Україні триває реорганізація системи соціального страхування – з 01 січня 2023 року Фонд соціального страхування України передав свої завдання та функції до Пенсійного фонду. Зокрема, до компетенції ПФУ тепер входить фінансування лікарняних і декретних допомог, допомог на поховання, а також одноразових і щомісячних страхових виплат [2].


Завжди актуальне питання недостатності коштів соціальних фондів набуває актуальності під впливом соціально-економічних та політичних чинників, а саме ускладнення демографічної ситуації, прискорення старіння населення на фоні воєнних дій, зниження кількості підприємств та зайнятості населення.

Очевидно, що під час воєнних дій на території України спостерігається суттєве підвищення кількості випадків реалізації соціальних ризиків, що призвело до збільшення видатків на виплати з соціального страхування, така тенденція буде спостерігатися, на наш погляд, і в повоєнний період. Виявлені проблеми свідчать про необхідність реорганізації не тільки системи соціального страхування, а й механізму її фінансування. Таким чином, механізм фінансування соціального страхування вимагає негайних заходів щодо його удосконалення з метою ефективного виконання державою своїх соціальних функцій.

Інформаційні джерела

1. Пенсійний фонд України. Інфографіка, URL: <https://www.pfu.gov.ua/statystyka/infografika/2022-infografika/>.

2. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування" та Закону України "Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування"» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2620-20#Text>



Секція 3
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ТА ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

PROFITABILITY AS A CRITERION
FOR ASSESSING ECONOMIC EFFICIENCY

Krakowiak I., master student
Scientific quarry – **V. Vovk**, dr, adiunkt
Stanisław Staszic State University of Applied Sciences in Piła

The assessment of the financial condition of economic entities is driven by the need to improve management processes and the participation of these entities in the market economy [1]. The analysis of the financial situation is used both by the managers of the economic entity and by external observers. The most effective tool for assessing the financial situation of an enterprise is ratio analysis, covering: profitability, liquidity, operating efficiency, debt and debt servicing efficiency. For an external observer, the profitability ratios are the most relevant, as they report on the fact that revenues exceed operating costs. This is because a lack of profitability over a long period of time will first cause stagnation and may then lead to the bankruptcy of the company.

A number of approaches can be found in the economic literature to assess the profitability of a company. According to J.Zabawa, the basic profitability indicators should include profitability of assets, profitability of equity and profitability of turnover [2]. A study conducted by T.Felczak indicates that the profitability of assets and profitability of equity are the most important indicators in assessing profitability [3]. At the same time, we see that there are also studies where economists indicate that it is sufficient to assess only one of the possible profitability indicators, e.g., return on assets [4] or return on equity [5].

The profitability of a company is a parameter that determines how efficiently a business is run and how effectively its management or owners are able to manage their resources [6]. Therefore, an important aspect is to accurately determine the profitability at different levels, which will identify the key strengths or weaknesses of the company's performance as soon as possible [7].

We believe that such key ratios include return on equity (ROE), return on assets (ROA) and return on sales (ROS).

The ROE is the relation of net income to equity. This ratio provides information about an entity's ability to generate a profit for every zloty generated from equity. ROE is a measure that informs about the degree of return on equity. The more the value of this indicator increases, the higher is the efficiency of the used equity capital and the better are the opportunities of the examined enterprise. In other words, ROE is an incentive for investors who expect to maximise dividends and increase the value of the unit.

The ROA ratio measures the ability of assets to generate profits in an entity. It is calculated as the relation of net income to total assets and thus tells how much profit is generated per unit of total assets. Since ROA indicates a more stable financial position of a company, it is believed that the higher its value, the better the situation of the company.

The ROS indicates the proportion of net income to sales, i.e. how much sales are needed to generate a specific amount of profit. The lower the value of the ROS ratio, the more sales are needed to generate the same amount of profit. Therefore, the higher the value of the ROS ratio, the higher the financial situation of the company must be assessed.

The choice of the aforementioned profitability indicators is not accidental. They are not only measures of the most relevant business parameters [8; 9]. They also allow us to draw additional conclusions as a result of comparing their values with each other. The economic content of each indicator makes it possible to argue that ROS affects both ROE and ROA. Higher ROS means higher net income relative to revenue, which can increase ROE. At the same time, higher ROS means better profitability of operations, which can be reflected in higher ROA. ROE and ROA are also related to each other: a higher ROE can increase ROA if the company effectively uses external capital through financial leverage.

Hence, it can be assumed that the profitability indicators considered can be combined with each other through inequality:

$$\text{ROE} > \text{ROA} > \text{ROS} \quad (1)$$

The interpretation of inequality depends on the company's specific conditions, objectives and strategy.

Where a company is focused on maximising ROE, it may take actions such as using financial leverage or focusing on activities that increase net income relative to equity. In this case, ROE will be highest, while ROA and ROS may be lower.

A high ROE can also be achieved through efficient use of assets. If a company is able to generate significant added value from a relatively low

asset base and at the same time has a moderate ROS, the mentioned inequality can be achieved.

Where companies can achieve high net income through complex operations or innovation, the inequality in question will also make sense.

Against this background, we can conclude that ROE, ROA and ROS ratios can be assessed not only by their own interpretation, but also by comparing each other, which increases their informative value for managers and external observers. At the same time, it is important to note that each of these ratios assesses different aspects of a company's financial activities. ROS focuses on operating profitability, ROE focuses on equity efficiency, and ROA focuses on asset utilisation.

Bibliography

1. Khovrak, I., Polinkevych, O., Trynchuk, V. Management of financial institutions on the basis of corporate social responsibility as a driver of sustainable development. Conference Proceedings Determinants of Regional Development. 2021, No. 2, pp. 246-264.

2. Zabawa, J. Rentowność aktywów i kapitału własnego banków społecznie odpowiedzialnych [Return on assets and equity of socially responsible banks]. Studia Ekonomiczne. 2014, No 1, pp. 293-303.

3. Felczak, T. Kosztochłonność i rentowność gospodarstw indywidualnych w zależności od typu rolniczego. *Ekonomika i organizacja gospodarki żywnościowej*. 2011, No 89, pp. 97-107.

4. Bieniasz, A., Golas, Z. Sprawność zarządzania kapitałem obrotowym i jej wpływ na rentowność małych, średnich i dużych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce [Working capital management efficiency and its impact on the profitability of small, medium and large food industry enterprises in Poland]. *Journal of Agribusiness and Rural Development*. 2011, No 04(22), pp. 15-29.

5. Bieniasz, A., Czerwińska-Kayzer, D., Gołaś, Z. Wykorzystanie modelu Du Ponta do określenia czynników kształtujących rentowność przedsiębiorstw przemysłu przetwórczego [Use of the Du Pont model to determine factors shaping the profitability of manufacturing companies]. *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*. 2008, No 64, pp. 53-64.

6. Hrynyuk, N., Dokiienko, L., Levchenko, V., Trynchuk, V. Capital structure as a criterion of efficient management of the corporation's financial recourses. *Financial & Credit Activity: Problems of Theory & Practice*. 2023, No 2(49), pp. 326-337.

7. Płonka, M. Dylematy finansowania przedsiębiorczości społecznej [Dilemmas of financing social entrepreneurship]. *Ekonomia Społeczna*. 2008, No 1, pp. 24-32.

8. Khalin, V. G., Chernova, G. V., Kalayda, S. A. Model of effective business formation. *Administrative Consulting*. 2022, No 7, pp. 66–87.

9. The problems of accounting, analysis and financial reporting: experience of Ukraine and Poland. monograph / I. Lazaryshyna, H.Ronek and oth.; under the general editorship of I. Lazaryshyna. – Rivne: National University of Water Management and Nature Resources Use, 2012. 284 p.

ДІАГРАМА ЯК СПОСІБ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ

Аржанова О.Є., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Велісва**
Державний біотехнологічний університет

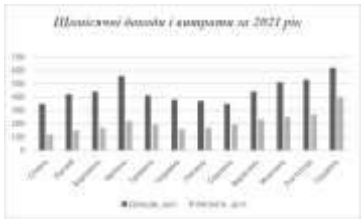
Напевно, небагато хто замислювався, що мало не від народження ми всі використовуємо візуалізацію. Ми отримали інформацію, проаналізували, прийняли рішення. Зараз візуальна аналітика є перспективною галуззю дуже затребувана і поєднує в собі переваги графічного рендерингу та потужності аналітичного розрахунку в процесі обробки різноманітних даних.

Використовуючи кількісні, якісні, числові та текстові дані, можна створювати будь-які типи діаграм або інші види візуалізації даних. Дані – це така поодинокі сутність, що відображає певну візуалізацію. В цій роботі ми розглянемо стовпчасту діаграму.

Діаграма – це графічне зображення, яке у вигляді певних геометричних фігур показує зв'язок між різними порівнюваними величинами.

Стовпчаста діаграма — це графік, який представляє дані, згруповані за допомогою прямокутних стовпців, довжина яких пропорційна значенням, які вони представляють. Колони можуть будуватися вертикально або горизонтально. Вертикальну гістограму іноді називають лінійною гістограмою [1].

Таблиця 1 – Види діаграм

Типи діаграм	
Звичайна стовпчаста діаграма. 	У звичайних стовпчастих діаграмах значення відображаються у плоских стовпцях. Використовуючи ці діаграми, можна відображати такі категорії: 1. діапазони значень (наприклад, кількість товару); 2. градацію особливих шкал 3. імена, які не мають конкретного порядку (наприклад, назви товарів, географічні назви або імена людей)

<p>Стовпчаста діаграма з накопиченням.</p> 	<p>У стовпчастих діаграмах із накопиченням значення відображаються у плоских стовпцях із накопиченням. Використовуйте ці діаграми, якщо є кілька ряд даних і потрібно підкреслити підсумок</p>
<p>Нормована стовпчаста діаграма з накопиченням.</p> 	<p>У нормованих стовпчастих діаграмах із накопиченням значення відображаються у плоских стовпцях із накопиченням, кожен із яких відповідає 100 %. Використовуйте ці діаграми, якщо є кілька рядів даних і потрібно підкреслити їх відношення до цілого, особливо якщо підсумок однаковий для кожної категорії</p>

Найпростіший спосіб створення діаграми на окремому аркуші діаграми передбачає наступну послідовність дій (табл. 2) [2].

Таблиця 2 – Способи відтворення діаграм

№	Спосіб створення діаграми на окремому аркуші excel
1.	Виділити діапазон табличних даних.
2.	Натиснути клавішу < F11 >. Excel помістить діаграму на новий листок діаграми з назвою “Діаграма1”(Chart1) і виведе на екран діаграму, побудовану на основі виділених даних.

В такий спосіб застосовується передбачений по умовчанням тип діаграми — двовірвна гістограма.

Найпростіший шлях побудови упровадженої діаграми складається з такої послідовності дій (табл. 3).

Таблиця 3 – Шлях побудови діаграми

№	Шлях побудови упровадженої діаграми в excel
1.	Впевнитись, що на екрані видна панель інструментів “Діаграми”.
2.	Виділити діапазон табличних даних для побудови діаграми.
3.	Клацнути на кнопці “Тип діаграми” (Chart Type), розташованій на панелі інструментів “Діаграми”, та обрати діаграму потрібного типу.
4.	Натиснути на кнопку “Готово”

Для більшого контролю над процесом створення діаграм використовуються засіб Майстер діаграм.

Враховуючи вищесказане, стає очевидним, що використання технології візуалізації актуальні і перспективним. Взагалі, можна вважати візуалізацію даних найважливіший крок у процесі аналізу даних. Найчастіше там ключовий фактор прийняття рішень у різних сферах діяльності та допомагає представити результати власних досліджень у в простій і зрозумілій формі. Незважаючи на те, що багато поєднує візуалізацію виключно з простою графікою та таблиці, насправді це чудова концепція, система передачі моделі, дані та складні ідеї через візуальні зображення.

Інформаційні джерела

1. Галерея Діаграм JanklinJr, опубліковано 7 травня 2019. URL: <https://diagramgallery.blogspot.com/>

2. Галерея Діаграм опубліковано 2 травня 2018. URL: <https://diagram.blogspot.com/2018/05/blog-post.html>

КОМБІНОВАНІ ДІАГРАМИ

Бабіч В.С., здоб. ОС «бакалавр»

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

У сучасному світі ми маємо безперервний доступ до великих обсягів даних із різноманітних джерел (соціальні медіа, датчики, фінансові системи, тощо). Звідси виникає необхідність в інструменті подачі інформації у зручному та зрозумілому форматі, де можна об'єднати різні типи даних для подальшого аналізу. Одним із таких інструментів для нас слугують різноманітні діаграми.

З електронного навчального посібника «Презентація формул і діаграм» дізнаємось: «Діаграма – графічне представлення числових даних лінійними відрізками, кривими або геометричними фігурами, що дозволяє швидко оцінити співвідношення декількох величин» [1]. Отже, звичайна діаграма дає нам можливість проаналізувати співвідношення величин в рамках одного типу даних. Як нам порівняти різні типи даних з великим обсягом інформації в одному графіку та виявити їх взаємозв'язки та залежності? Саме для виконання цього завдання необхідні комбіновані діаграми.

Комбіновані діаграми (або комбіновані графіки) - це тип візуалізації даних, що влучно поєднує в собі два або більше типи

діаграм, графіків або графічних елементів на одній площині для кращого представлення різних типів даних, їх порівнянь і трендів, ілюстрації взаємозв'язків. Комбіновані діаграми відомі своєю силою у візуалізації даних і застосовуються у різних галузях, таких як бізнес-аналітика, фінанси, медицина та наука. Вони допомагають зробити інформацію більш зручною та зрозумілою для прийняття рішень. Важливо те, що комбіновані діаграми дозволяють виділити ключові аспекти та відзначити їх важливість.

Відповідно до завдання та характеру даних, комбіновані діаграми стануть зручним інструментом. Наприклад, для графічного відображення змін у часі, таких як фінансова продуктивність, ціни на акції, метеорологічні дані тощо. Можна комбінувати вертикальні графіки чи гістограми для кількісних даних з лінійними графіками для категорійних даних (наприклад, продажі товарів протягом різних періодів). Комбіновані діаграми також дозволяють порівнювати дані з різним масштабом та одиницями вимірювання (кількість продажів одного товару з прибутком, отриманим від цього товару), а також для відображення залежностей між змінними, такі як вплив рекламних витрат на прибуток підприємства залежно від часу. Їх можна використовувати для представлення результатів досліджень, експериментів, де деякі параметри вимірюються кількісно, а інші – категорійно або для аналізу тенденцій та прогнозування на одному графіку.

«Комбіновані діаграми відображаються з допоміжною віссю, тому вони досить легкі для сприйняття» [1]. Тобто, вони складаються з різних компонентів, які взаємодіють між собою і тим самим спільно допомагають візуалізувати дані і передавати повідомлення. Саме тому вони мають дві осі: горизонтальна вісь X , що представляє незалежну змінну (наприклад, час), та вертикальна вісь Y , що відображає залежну змінну (наприклад, значення даних).

Лінійна діаграма – це один з компонентів комбінованих діаграм у вигляді ліній або кривих, що з'єднують точки даних та використовується для відображення змін на протязі певного періоду. Стовпчикова діаграма – компонент представлений у вигляді стовпців або смуг, де висота кожного стовпця представляє значення змінної для порівняння кількох категорій або значень. Кожна діаграма, в тому числі і комбінована, має легенду – «графічні зображення та підписи, які відповідають категоріям і полегшують читання діаграми» [1].

Для успішного створення комбінованих діаграм необхідно перш за все визначити для кого вона призначена, проаналізувати рівень технічного розуміння вашої аудиторії. Чітка структура діаграми,

легенда, підписи осей та мітки, уникання надмірного застосування кольорів – принципи оформлення діаграми, що забезпечать її зрозумілість і ефективність. Важливо гарантувати точність та надійність даних, що візуалізуємо, уникати спекулятивних або непідтверджених висновків.

Для створення комбінованої діаграми використовуємо звіт про доходи (таблиця 1) з навчального посібника В. П. Муляр «Візуалізація даних та інфографіка» [2].

Таблиця 1 – Звіт про доходи

Рік	Дохід, млн. дол. США	Чистий дохід, млн. дол. США	Прибутковість, %
2014	43,000	5,900	14
2015	56,400	8,800	16
2016	67,988	10,500	15
2017	78,333	13,500	17
2018	94,500	16,500	17

Власноруч створюємо комбіновану діаграму (рис. 1) з використанням програми Microsoft Excel за даними з таблиці 1.

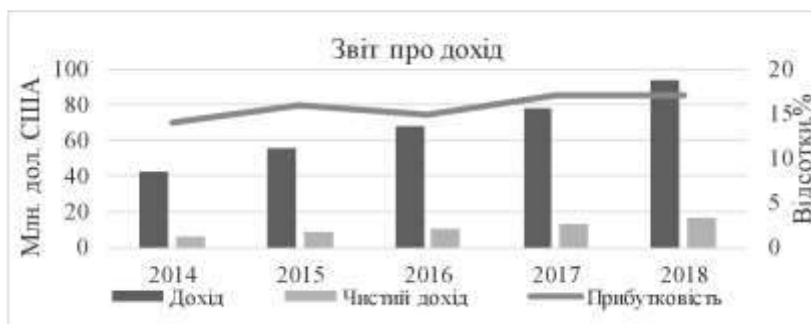


Рис. 1. Комбінована діаграма «Звіт про доходи»

Використання комбінованих діаграм має низку переваг порівняно з іншими способами візуалізації даних, оскільки вони дозволяють об'єднати лінійні і стовпчасті графіки в один, що полегшує порівняння і виявлення зв'язків між ними. Це може виключити необхідність створювати кілька окремих графіків та дозволить подати дані у більш доступній формі для сприйняття користувачем.

Незважаючи на значні переваги, у комбінованих діаграм є свої недоліки. По-перше, їх створення може бути більш складним порівняно зі створенням окремих стовпчастих чи лінійних діаграм. По-друге, велика кількість різних типів даних або серій в комбінованій діаграмі може зробити його перенасиченим і менш зрозумілим для аналізу.

Отже, вибір між комбінованими діаграмами чи іншими методами візуалізації визначається специфікою завдання, характеристиками даних, а також вашою метою та аудиторією, для якої ви створюєте візуалізацію.

Інформаційні джерела

1. Нелюбов В. О. Куруца О. С. Презентація формул і діаграм: електронний навчальний посібник. Ужгород. ДВНЗ "УжНУ", 2019. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/28063>.

2. В. П. Муляр. Візуалізація даних та інфографіка : Навч. посіб. Луцьк : Міжнародний фонд соціальної адаптації, 2020. 200 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/21255>.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО АУДИТУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИМИ АКТИВАМИ

Баслик О.В., аспірант

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

Широкий вибір цифрових активів відкриває нові можливості для інвесторів, бізнесу та споживачів, проте їх застосування пов'язано з низкою ризиків, такими як кіберзагрози та не вирішені регуляторні питання. Слід зазначити, що стрімкий розвиток цифрових активів продовжується, і їх роль в економіці та суспільстві зростає. Цифрові активи - це активи, які існують в цифровій формі та мають вартість (криптовалюти; токени та криптоплатформи; цифрові медіа активи; інтелектуальна власність; дані; віртуальна нерухомість) [1, с.163].

Проведений аналіз свідчить, що криптовалюти, такі як Bitcoin, Ethereum, є найбільш популярними формами цифрових активів на сьогодні. Вони використовуються для зберігання вартості та проведення фінансових транзакцій, що відкриває нові можливості для інвесторів та бізнесу. Розвиток блокчейн-технології сприяє створенню токенів на різних криптоплатформах. Ці токени можуть мати різне

використання, включаючи створення смарт-контрактів, використання у децентралізованих додатках тощо. Цифрові медіа активи, такі як цифрові книги, музика, фільми, та інше, стали невід'ємною частиною розважальної та освітньої сфери, що розповсюджуються через онлайн-платформи та магазини. Інтелектуальна власність, така як патенти, авторські права, та товарні знаки, може бути цифровим активом, що має велику цінність для інноваційних компаній та творців контенту. Дані, які збираються та оброблюються великими корпораціями та державними установами, є важливими цифровими активами й використовуються для прийняття рішень, аналізу та вдосконалення продуктів та послуг. В останні роки з'явилися платформи для купівлі та продажу віртуального нерухомого майна, такого як земельні ділянки у віртуальних світах, це нова категорія цифрових активів [2].

Віртуальна форма цифрових активів вимагає розробки концепцій та запровадження методів, які знижують ризик їх використання. Саме ризик-орієнтований аудит є важливим інструментом для сучасних організацій, оскільки він допомагає впоратися з ризиками та забезпечити стійкість та надійність бізнес-процесів в умовах зростаючої неспроможності.

Ризик-орієнтований аудит системи управління цифровими активами - це процес оцінки та аналізу ризиків, пов'язаних із цифровими активами підприємства [3, с.13]. Даний аудит має на меті визначити, наскільки ефективно менеджмент підприємства управляє своїми цифровими активами та які ризики можуть виникнути в результаті недоліків у системі управління. Основні етапи ризик-орієнтованого аудиту системи управління цифровими активами включають наступне:

Етап 1. Визначення об'єкта аудиту. Визначають, які саме цифрові активи (наприклад, дані, програми, веб-сайти, інтелектуальна власність) підлягатимуть аудиту.

Етап 2. Визначення ризиків. Окреслюють коло потенційних ризиків, що пов'язані з цифровими активами, такі як кіберзагрози, втрата даних, порушення авторських прав, проблеми з безпекою тощо.

Етап 3. Оцінка ефективності управління ризиками. Аналізують наскільки ефективна система управління цифровими активами в управлінні виявленими ризиками.

Етап 4. Визначення слабких місць. Виявляють слабкі місця в системі управління цифровими активами, які можуть сприяти виникненню ризиків.

Етап 5. Підготовка рекомендацій. Розробляють рекомендації для виправлення виявлених недоліків та покращення системи управління цифровими активами.

Етап 6. Аудиторський звіт. Після завершення аудиту складається аудиторський звіт, в якому відзначаються результати аудиту та надаються рекомендації щодо їх оптимізації.

Етап 7. Впровадження рекомендацій. Реалізуються надані рекомендації з метою покращення системи управління цифровими активами та зменшення ризиків.

Етап 8. Моніторинг та оновлення. Здійснюється постійний моніторинг стану системи управління ризиками, оновлюються плани та розробляються заходи для їх зменшення.

Ризик-орієнтований аудит системи управління цифровими активами допомагає підприємствам зменшити можливі ризики та збільшити ефективність управління цифровими активами, що є важливим в умовах сучасної цифрової економіки. Так покращення управління ризиками дозволяє підприємствам підвищити ефективність діяльності та зменшити можливі негативні наслідки. Під час проведення аудиту виявляють неефективні або надлишкові процеси та ресурси, що оптимізує діяльність підприємства.

Ризик-орієнтований аудит допомагає перевірити, чи дотримується організація законодавства та стандартів у своїй економічній діяльності, визначити можливі помилки чи зловживання в фінансовій звітності, що покращує ступінь довіри інвесторів та стейкхолдерів [4, с. 257].

Своєчасне виявлення ризиків допомагає підприємству посилити свій внутрішній контроль та зменшити можливі фінансові збитки, надає менеджменту необхідну інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо діяльності підприємства. Також аудитори можуть виявити шахрайство та зловживання на підприємстві та запобігти їм [5, с. 241].

Таким чином, основні перспективи впровадження ризик-орієнтованого аудиту системи управління цифровими активами полягають в: розширенні обсягу застосування (може бути застосований в різних галузях, включаючи фінанси, інформаційну безпеку, ланцюг постачання тощо); розвитку аналітичних методів (за допомогою розвитку аналітичних та обчислювальних методів, ризик-орієнтований аудит може стати більш точним та автоматизованим); застосуванні технологій штучного інтелекту (дозволить швидше виявляти ризики та вдосконалювати аудиторські процеси). У світі

цифрової трансформації, ризик-орієнтований аудит набуває ще більшої важливості для забезпечення стійкості та успішності бізнесу.

Інформаційні джерела

1. Ковалевська Н. С., Нестеренко І. В., Соколова Є. Б., Карбівнича Т. В. Цифровий компонент сучасного аудиту діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 161-168. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-168-175>. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/10062>

2. Ідентифікація та оцінка ризиків суттєвих викривлень через розуміння суб'єкта господарювання і його середовища: Міжнародний стандарт аудиту (МСА) № 315 URL: http://www.apu.com.ua/files/temp/Audit_2013_1.pdf.

3. Нестеренко І. Україна: виклики та можливості для розвитку аудиту. *Аудитор України*. Київ. 2015. №. 1-2. С. 12-15.

4. Бенько М. М. Інформаційні технології як фактор інтеграції внутрішнього і зовнішнього аудиту. *Економічний форум*. 2015. № 1. – С. 254–262. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2015_1_44.pdf.

5. Kashchena N, Nesterenko I. Digitalization of the innovative development management information service of the enterprise. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship. Monograph. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 238-254 URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/31559>

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ЗБУТ

Бобловська О.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.О. Бірченко**
Державний біотехнологічний університет

У сучасних економічних умовах підприємства значну увагу приділяють засобам стимулювання збуту. При оптимізації ефективності збутових витрат важливим є правильний облік витрат на збут, оскільки облікова інформація є визначальною для прийняття управлінських рішень та контролю за їх виконанням.

Одним із основних аспектів обліку витрат на збут є їх правильна класифікація. Витрати на збут можна розділити на різні типи, такі як комісійні з продажу, витрати на рекламу, витрати на відрядження, рекламні надбавки тощо. Визначення правильної класифікації має вирішальне значення для точної фінансової звітності, оскільки дозволяє краще зрозуміти структуру витрат процесу реалізації та дозволяє порівнювати різні періоди та підприємства.

Визнання витрат на збут є складною складовою бухгалтерського обліку підприємства. За П(С)БО 16 витратами на збут визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, і це призводить до зменшення власного капіталу підприємства за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені.

Точне визначення витрат на збут передбачає їх оцінку, яка може бути складною через суб'єктивний характер деяких витрат. Наприклад, визначення вартості рекламних послуг або комісій за реалізацію може вимагати застосування методів оцінки, що призводить до потенційних проблем вимірювання та пов'язаних з ними невизначеностей.

Крім того, порядок обліку витрат на збут може відрізнятися залежно від галузі, де працює підприємство. Наприклад, деякі галузі можуть пропонувати стимули до продажу або рекламні надбавки, які вимагають ретельного обліку, щоб уникнути маніпуляцій. Оцінка та вирішення цих галузевих проблем потребує глибокого розуміння конкретних правил та стандартів бухгалтерського обліку, які застосовуються до кожного сектору.

Глобалізація бізнесу ускладнила облік витрат на збут. Підприємства, що займаються зовнішньо-економічною діяльністю часто стикаються з проблемами, пов'язаними з конвертацією валюти, транскордонним оподаткуванням тощо. Ці проблеми вимагають використання передових методів бухгалтерського обліку та досвіду міжнародної практики фінансової звітності.

Поряд із проблемами, що виникають у результаті глобалізації, технологічні досягнення також впливають на облік витрат на збут продукції (товарів, послуг). Оскільки підприємства все більше покладаються на електронну комерцію, відстеження та облік комерційних витрат, пов'язаних із онлайн-продажами, стають критично важливими. Підприємства повинні адаптувати свої системи бухгалтерського обліку для ефективного збору та аналізу витрат на онлайн рекламу, витрат на доставку та інших витрат, унікальних для електронної комерції.

Ще одне питання, яке заслуговує на увагу, – це можливість неетичної практики обліку витрат на збут. У підприємства може виникнути спокуса маніпулювати своєю фінансовою звітністю, щоб подати більш сприятливу картину своєї діяльності. Регулюючі органи та аудитори відіграють важливу роль у виявленні та боротьбі з такою неетичною практикою, забезпечуючи точність та цілісність фінансової звітності.

Виникнення проблем сталого розвитку та довкілля також викликає питання щодо обліку витрат на збут. Підприємства стикаються з необхідністю вимірювати та повідомляти про вплив своєї торгової

діяльності на навколишнє середовище, що може включати витрати, пов'язані зі скороченням викидів вуглекислого газу, просуванням екологічно чистої упаковки або дотриманням екологічних норм. Інтеграція таких витрат у фінансову звітність потребує розробки відповідних систем вимірювання та розкриття інформації.

Облік витрат на збут також перетинається з темою оцінки ефективності. Менеджери часто використовують різні методи розподілу витрат з метою оцінки ефективності та результативності процесу реалізації. Вибір методів розподілу може суттєво вплинути на оцінку продуктивності, стимулювання співробітників та процеси прийняття рішень усередині підприємства.

Отже, облік витрат на збут охоплює декілька складних питань, починаючи від проблем класифікації та виміру і закінчуючи термінами визнання, галузевими особливостями, глобалізацією, технологічними досягненнями, етичними проблемами, стійкістю та оцінкою ефективності. Ефективне вирішення цих проблем вимагає всебічного розуміння принципів та практики бухгалтерського обліку, а також здібності адаптуватися до постійно мінливого бізнес-середовища. Успішно вирішуючи ці проблеми, підприємства можуть забезпечити точність та прозорість фінансової звітності, що дозволить приймати обґрунтовані ефективні управлінські рішення та здійснювати моніторинг за їх виконанням.

СИСТЕМА ОБЛІКУ ВИТРАТ «ДИРЕКТ-КОСТИНГ»: СУТНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Богатирьова А. О., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.В. Розіт**
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Система обліку витрат «Директ-костинг» (Direct Costing) – це метод обліку витрат, де всі прямі витрати пов'язані з виробництвом або наданням послуги включаються в собі вартість продукції або послуги, а всі опосередковані витрати розглядаються як періодичні або адміністративні витрати. Цей метод також іноді називають «методом змінних витрат» (Variable Costing) або «методом прямих витрат» (Marginal Costing).

Сутність системи «директ-костинг» полягає в тому, що залишки готової продукції обліковуються за прямими виробничими витратами, які залежать від обсягу виробництва, тобто за змінними витратами.

Включення до собівартості готової продукції постійних витрат, на думку авторів системи «директ-костинг», викривляє розмір прибутку (при великих товарних запасах завищує прибуток) та завищує вартість активів підприємства.

Основним показником в системі «директ-костинг» є маржинальний дохід. Маржинальний дохід являє собою різницю між виручкою від реалізації і змінними витратами або суму постійних витрат і прибутку [3], тобто:

$$\text{МД}=\text{Р}-\text{ЗВ} \quad (1)$$

$$\text{МД}=\text{П}+\text{ПВ}, \quad (2)$$

де МД – маржинальний дохід, грн;

Р – виручка від реалізації, грн;

ЗВ – змінні витрати, грн;

ПВ – постійні витрати, грн;

П – прибуток, грн.

Із даної формули випливає:

$$\text{П}=\text{МД}-\text{ПВ} \quad (3)$$

Застосовують «директ-костинг» частіше у великих виробничих, будівельних компаніях та торгових холдингах для планування завантаження виробництва, обсягу продажу, збуту та внутрішніх розрахунків. Від 40 % до 90 % компаній малого і великого бізнесу застосовують у роботі «директ-костинг» [2]. Метод забезпечує керівництво цінною інформацією, необхідною для прийняття бізнес-рішень. В Україні багато виробничих компаній використовують гібридну систему калькулювання з прямими елементами витрат, намагаючись таким чином одночасно вирішити дві несумісні задачі: врахувати всі витрати підприємства у виробничій одиниці і на цій основі визначити рівень беззбитковості виробництва. Сучасний «директ-костинг» має два варіанти:

1. Простий «директ-костинг», згідно з яким у собівартість продукції включаються лише прямі змінні витрати [1].

2. Розвинений «директ-костинг», згідно з яким у собівартість продукції, крім прямих змінних, включаються прямі постійні витрати на виробництво та реалізацію продукції [1].

Узагальнено, сутність системи «директ-костинг» полягає у підрозділі витрат на постійні та змінні їх складові залежно від зміни

обсягу виробництва. Різниця між виручкою від продажу продукції та змінними витратами є маржинальним доходом. При цій системі постійні витрати до розрахунку собівартості продукції не включають і списують безпосередньо на зменшення прибутку підприємства.

Основні переваги системи обліку «директ-костингу» можна звести до наступного:

1. Акцент на вплив постійних витрат на прибуток, оскільки загальна сума цих витрат за період відображається у звіті про фінансовий результат;

2. Відсутність процедур щодо складання складних розрахунків для умовного розподілу постійних витрат між видами продукції. Їх до складу собівартості продукції не включають та списують безпосередньо на зменшення фінансового результату;

3. Звіти про витрати і доходи, складені за системою «директ-костинг», більшою мірою відповідають інтересам керівництва підприємства, ніж ті, що виготовлені за системою розподілу витрат між продуктами [3];

4. Метод «директ-костинг» поєднує ефективні інструменти контролю, такі як «стандарт-кост» і гнучкий бюджет;

5. Показники граничного доходу дозволяють швидко оцінити популярність продукту, категорії споживачів, тощо, на основі головних критеріїв;

6. Спрощення та точність обчислення собівартості продукції, оскільки собівартість планується та враховується у частині лише виробничих витрат [3].

«Директ-костинг» полегшує оперативний контроль за постійними витратами, оскільки нормативні витрати використовуються в процесі контролю витрат. При контролі на основі гнучкої оцінки основні контрольні витрати поділяються на постійні та змінні витрати. Поряд із цим необхідно мати на увазі, що при системі обліку повної собівартості частина нерозподіленої суми накладних витрат переходить від одного періоду до іншого, тому контроль за ними слабшає. В умовах застосування системи «директ-костинг» можливе зниження трудомісткості розподілу накладних витрат.

Виділяють такі недоліки даної системи:

1. Труднощі при класифікації витрат на постійні і змінні;

2. Не рекомендується для складання фінансової звітності та оподаткування;

3. При переході від системи повного розподілу витрат до системи «директ-костинг» виникають серйозні проблеми у визначенні суми податку на прибуток [3].

«Директ-костинг» з маржинальним підходом ідеально підходить для ухвалення короткострокових управлінських рішень, а також дає цінну інформацію менеджменту для швидкого коригування стратегії компанії. Використовуючи «директ-костинг», керівництво компанії може вчасно виявити негативну динаміку маржинального доходу по всій компанії або окремих видів продукції, послуг, видів робіт. Швидко реагувати на умови ринку, що змінюються, і гнучко керувати підприємством.

Інформаційні джерела

1. Вдовічен А.А., Маначинська Ю.А., Багрій К.Л., Євдошак В.І., Рилєєв С.І., Мустеца І.В. Управлінський облік: підручник. Чернівці: Центр учбової літератури, 2022. 230 с.

2. Облік затрат, калькулювання та бюджет в окремих галузях виробничої сфери. Система Директ-костинг.
URL: <https://studfile.net/preview/601070/page:22/>

3. Фінансова Академія Актив. Директ костинг в управлінському обліку: суть методу та способи застосування.
URL: [«https://finacademy.net/materials/article/direct-costing»](https://finacademy.net/materials/article/direct-costing)

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРЕВАГИ

Бородай О.О., Скалацький А.В., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **С.І. Василюшин**
Державний біотехнологічний університет

Сучасні умови, в яких функціонують суб'єкти господарювання, супроводжуються низкою кризових явищ, серед яких повномасштабна війна на території нашої країни, наслідки пандемії COVID-19, які в свою чергу дозволили підтвердити необхідність та важливість для підприємств бути більш гнучкими та мати можливість швидко адаптуватися до змін та реагувати на виклики екзогенного середовища. Одним із ключових й актуальних напрямів розвитку та запорукою економічного зростання є діджиталізація системи обліку, зокрема і в аграрному секторі економіки.

Проаналізувавши вплив діджиталізації в цілому на економічний розвиток країни, дослідники PricewaterhouseCoopers встановили, що «збільшення рівня діджиталізації країни на 10% призводить до

зростання ВВП на душу населення до 0,75% і помітного зниження рівня безробіття» [1].

Сфера сільського господарства світу унаслідок еволюційного розвитку технологій на сьогодні перебуває на етапі 4.0 («Сільське господарство 4.0») та є орієнтованою, зокрема, на використання передових інноваційних технологій, складних технологічних систем супутникової навігації, Інтернету речей (IoT), блокчейну (blockchain) тощо [2, с. 4].

Науковці К. Назарова та О. Мойсеєнко зазначають, що «пандемія COVID-19 стала пусковим механізмом для прискорення діджиталізації бухгалтерських процедур і, відповідно, неминучих змін у комунікаціях між підприємствами, установами та підрозділами служб бухгалтерського обліку, трансформації бухгалтерських процесів і технологій виконання операцій» [3, с. 232–233].

На нашу думку, діджиталізація обліку в аграрному секторі економіки являє собою процес впровадження сучасних інформаційних систем та технологій, що становлять основу удосконалення системи обліку на сільськогосподарських підприємствах. Процес діджиталізації включає в себе використання різних спеціалізованих програм та аналітики даних для оптимізації ведення обліку, зокрема обліку біологічних активів або під час обліку результатів інвентаризації тощо. В таблиці нами виокремлено найбільш поширені програмні продукти, онлайн-сервіси, що автоматизують та полегшують роботу бухгалтера.

Таблиця – Сучасне програмне забезпечення бухгалтерського обліку

Напрямок	Сфера застосування	Програмний продукт
Автоматизація обліку	впровадження різноманітних технологій і програмних засобів з метою спрощення і покращення процесів обліку в організаціях	Продукти лінійки BAS, Agrianalytica, Дебет Плюс, MASTER: Бухгалтерія, Zarplata 24 та ін.
Електронний документообіг	побудова системи документообігу в електронному вигляді за допомогою захищених каналів зв'язку	Вчасно, FlyDoc, BAS Документообіг КОПІ, FREDO ДокМен та ін.

Звітність	формування звітності та онлайн-передача форм звітності	MEDoc, Сота, BAS Бухгалтерія, iFin, Liga: Report, iBuh Online, електронна бухгалтерія Приват 24, Соната та ін.
Сервіси для отримання кваліфікованого електронного підпису (КЕП)	сервіси, що створюють удосконалений електронний підпис, що використовується під час подання звітності, підписанні електронних документів тощо	Кваліфікованим надавачем електронних довірчих послуг Державної податкової служби України, додаток «Дія», "Центр сертифікації ключів "Україна", АЦСК «MASTERKEY» та ін.
Інше	онлайн-сервіси для спрощення роботи бухгалтера	конструктор бухгалтерських проводок, калькулятор нарахування амортизації основних засобів та ін.

Джерело: побудовано авторами за [4] та доповнено.

Проте, розвиток та поширення діджиталізації в аграрному секторі економіки, зокрема у сфері обліку, уповільнюється через низку факторів, а саме: висока вартість якісного програмного забезпечення поруч з низьким рівнем інвестицій, проблеми із захистом інформації та економічною безпекою, недостатній розвиток інфраструктури, низький рівень ІТ-грамотності працівників.

До основних чинників-стимуляторів діджиталізації обліку в аграрному секторі варто віднести:

- підвищення ефективності: завдяки програмним продуктам, аграрні підприємства можуть здійснювати більш точний та оперативний облік всіх аспектів своєї діяльності;
- зменшення помилок: автоматизація процесів обліку допомагає уникнути людських помилок та сприяє більш точному обліку ресурсів та виробництва;
- підвищення якості продукції: використання сучасних технологій дозволяє відстежувати параметри виробництва, що дозволяє підвищити якість сільськогосподарської продукції;

- ефективне управління ресурсами: цифровий облік дозволяє краще використовувати ресурси, такі як добрива, паливо і зменшити втрати.

Підсумовуючи вище сказане відмітимо, що діджиталізація обліку в аграрному секторі допомагає підвищити продуктивність, зменшити витрати та покращити якість продукції. В сучасних реаліях вона стає ключовим інструментом для обліку, який стикається з різними викликами і можливостями в сучасному світі та поступово трансформується в діджитал-облік.

Інформаційні джерела

1. Березняк Н.В. Аналіз перспективних світових наукових та технологічних напрямів досліджень за Ціллю сталого розвитку №2 щодо сільського господарства з використанням інструментів платформ «Web of Science» та «Derwent Innovation»: науково-аналітична записка. Київ: УкрІНТЕІ, 2020. 30 с.

2. Склярєнко Н. Нова реальність: як коронакриза змінила український бізнес. РБК-Україна. URL: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/novaya-realnost-koronakrizis-izmenil-ukrainskiy-1591876808.html> (дата звернення: 15.10.2023).

3. Назарова К.О., Мойсеєнко О.М. COVID-криза як драйвер діджиталізації бухгалтерських процедур. Бізнес-Інформ. 2020. № 6. С. 227–234. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform2020-6_0-pages-227_234.pdf (дата звернення: 14.10.2023).

4. Тенюх З., Пелєх У. Діджиталізація бухгалтерського обліку в Україні: стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-66> (дата звернення: 15.10.2023).

ОБЛІК ПОДАТКОВИХ РОЗРАХУНКІВ І ЗОБОВ'ЯЗАНЬ НА ОСНОВІ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ОБРОБКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Булайтіс К.Ю. здоб.ОС «магістр»

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

Податкові платежі становлять істотну частку відтоку грошових коштів економічного суб'єкта. У зв'язку з цим важливою частиною всього процесу управління є управління податковими розрахунками, що дозволяє не тільки здійснювати моніторинг повноти і своєчасності сплати податків, дотримання термінів подання податкової звітності, оперативно виявляти помилки в звітності і мінімізувати їхні наслідки, а й проводити оперативний контроль податкових розрахунків за допомогою їх

бюджетування, що підвищує інформативність управління для цілей прийняття управлінських рішень.

В даний час зміст податкового обліку, головним чином, зводиться до певної коригуванні інформації фінансового обліку щодо окремих його аспектів з огляду на розбіжності нормативно-правових актів з бухгалтерського та податкового обліку. З цього випливає необхідність гармонізації підходів до податкового і фінансового обліку для цілей оптимізації інформаційних потоків, зменшення трудовитрат на обробку інформації, уніфікації облікового процесу та створення інтегрованої обліково-інформаційної системи. Виходячи з вищесказаного, слід зробити висновок, що фінансовий облік, агрегуючи інформацію про всі факти господарського життя, в тому числі пов'язаних з податковими розрахунками, є базисом обліково-інформаційної системи економічного суб'єкта.

Гармонізація податкового та фінансового обліку виступає очевидним способом оптимізації облікового процесу та контролю, забезпечення прозорості показників, використовуваних для податкових розрахунків та подання податкової та фінансової звітності зацікавленим користувачам.

У світовій практиці існує різні погляди на місце податкового обліку і його взаємодію з фінансовим обліком в рамках національних облікових систем. Континентальна модель реалізації облікових підсистем (фінансової і податкової) передбачає мінімальну ступінь відмінності, забезпечуючи їх максимально можливу гармонізацію. У такій моделі практично відсутня різниця між сумою балансового і оподаткованого прибутку.

Континентальна модель реалізується в Німеччині, Швейцарії, Японії, Бельгії, Італії та інших країнах. Відповідно до цієї моделі фінансовий облік орієнтований на фіскальні потреби держави, податковий облік базується на даних його облікових реєстрів, а в разі розбіжностей в податкових реєстрах відображаються коригування. Слід зазначити специфіку облікової системи Німеччини, де не здійснюються спеціальні податкові коригування інформації, накопиченої в фінансовому обліку, а представляється єдиний баланс, в якому міститься інформація, яка задовольняє вимоги і фіскальних органів, і інших зацікавлених користувачів. Це обумовлено реалізацією унікального для німецького урахування принципу зобов'язань, який передбачає використання рахунків Головної книги як безпосередню базу для податкових розрахунків. Незважаючи на те, що в німецькій теорії обліку передбачені і комерційні, і податкові рахунки, на практиці не існує як такого податкового обліку в тому розумінні, в якому він реалізується в інших

європейських країнах. Крім того, велика частина податкових пільг може бути застосовна для цілей обчислення податку до сплати тільки в разі їх прямого відображення в фінансовому обліку.

Базовий принцип англо-американської моделі – розмежування фінансового та податкового обліку, їх відносна незалежність один від одного і відмінність цілей їх реалізації: фінансовий облік орієнтований на представлення в звітності інформації для інвесторів і кредиторів, а податковий - для фіскальних органів. При цьому сума прибутку, обчислена в фінансовому обліку, може відрізнятися від суми, обчисленої для цілей оподаткування.

У країнах, які застосовують дану модель (Великобританія, США, Нідерланди, Канада і ін.), фінансовий і податковий облік ведуться, як правило, паралельно. Представлені вище моделі реалізації податкового і фінансового обліку різні зважаючи історично сформованих геополітичних, економічних, соціальних та інших факторів і в даний час визначають особливості національних облікових систем.

В Україні податковий облік бере свій початок з 1 липня 1997 р., коли набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22 травня 1997 р., в якому був використаний термін «податковий облік» та зазначені правила ведення податкового обліку в частині визначення валових доходів та витрат для розрахунку прибутку до оподаткування.

В сучасних умовах цифровізації економіки, розвитку інформаційного суспільства та застосування пристроїв для обробки великого обсягу даних оптимальним є створення інтегрованої інформаційної бази в рамках економічного суб'єкта, де буде міститися інформація, необхідна для різних облікових підсистем і користувачів. Це дозволяє здійснити трансформацію облікових підсистем не тільки шляхом інтеграції фінансового та податкового обліку. Можливість інтеграції фінансового та податкового обліку обумовлена максимальною схожістю основних методів ведення обліку, серед яких: застосування подвійного запису (обов'язково для фінансового обліку і не заборонений для податкового обліку); використання рахунків як накопичувачів інформації про об'єкт обліку; документування; оцінка; звітність.

Інтеграцію фінансового та податкового обліку пропонуємо реалізувати, використовуючи такі підходи:

– реалізацію вимоги єдності фінансового та податкового обліку, що полягає у встановленні пріоритету бухгалтерських норм і правил. Дана вимога передбачає і правову єдність фінансового та податкового обліку, яка здійснюється таким чином: норми податкового права відображаються в правилах, способах ведення бухгалтерського обліку;

– застосування механізму інтеграції фінансового та податкового обліку шляхом використання методу подвійного запису для відображення інформації на єдиних рахунках бухгалтерського обліку;

– використання методики обліку податкових розрахунків і їх документального оформлення як частини методики ведення бухгалтерського обліку економічного суб'єкта.

Вибір загальних методів і способів ведення фінансового та податкового обліку здійснюється в рамках конкретного економічного суб'єкта і закріплюється в обліковій політиці з фінансового обліку і для цілей оподаткування. Слід зазначити, що процес реформування вітчизняного бухгалтерського обліку, заснований, головним чином, на впровадженні МСФЗ, не впливає на питання інтеграції фінансового та податкового обліку. Крім того, погодження розбіжностей між вимогами НП(С)БО і МСФЗ не дозволяє в даний час вирішити питання про відображення в фінансовому обліку умовних фактів господарського життя. Тому в даний час гостро постає питання про інтеграцію обробки економічної інформації і гармонізації всіх облікових підсистем, в тому числі управлінського обліку.

Таким чином, для ефективного функціонування процесу управління податковими розрахунками і зобов'язаннями необхідно досліджувати подальший розвиток облікової системи в цілому і підсистем бухгалтерського (фінансового, податкового) і управлінського обліку зокрема, які, будучи взаємопов'язаними і сформують єдину обліково-інформаційну систему.

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

Васильєва А.С., здоб. ОС «бакалавр»

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

В умовах сучасності, постійних змін на ринку та в економіці, фінансова звітність визнається не лише обов'язковою формою звітування, але й ключовим інструментом для здійснення об'єктивного та глибокого фінансового аналізу. Її значення полягає саме в тому, щоб відобразити фінансовий стан підприємства та його результативність, надаючи аналітикам важливий інструмент для прийняття рішень.

Зрештою, розгляд взаємозв'язку між фінансовою звітністю та фінансовим аналізом є важливим в контексті постійних змін у

сучасному бізнес-середовищі, що вимагає від підприємств не лише забезпечення фінансової транспарентності, але й здатності стратегічно реагувати на виклики та можливості.

Аналіз фінансової звітності це необхідна складова належної роботи підприємства, оскільки аналіз дає змогу знайти резерви поліпшення фінансового стану підприємства та оцінити їх ефективність використання. Також аналіз надає змогу своєчасно вжити заходи, спрямовані на підвищення платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості суб'єкта господарювання. [1]

Фінансова звітність є не лише формальною вимогою, але і виступає потужним інструментом для аналізу фінансів підприємства. Вона дозволяє отримати повний обсяг інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та забезпечує прозорість та довіру від сторін зацікавленості.

Згідно НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» фінансова звітність включає такі основні складові, як баланс, звіт про прибуток і звіт про рух грошових коштів. Баланс надає зображення фінансових активів та зобов'язань на певний момент часу, що є важливою основою для визначення фінансової стійкості підприємства. Звіт про прибуток вказує на фінансові результати його діяльності, а звіт про готовність платежів визначає його ліквідність та здатність вчасно виконувати зобов'язання.

Фінансовий аналіз базується на ретельному вивченні цих звітів. Разом із порівняльним аналізом за різні періоди це дозволяє виявити тенденції в розвитку підприємства.

Таким чином, можемо визначити призначення основних компонентів фінансової звітності (табл. 1)

Таблиця 1 – Призначення основних компонентів фінансової звітності

Зміст	Використання інформації
Звіт про фінансові результати	
Доходи, витрати та фінансові результати діяльності підприємства за звітний період.	Оцінка та пргноз прибутків підприємства, структура доходів та витрат.
Звіт про рух грошових коштів	
Направлення та використання грошових коштів протягом звітного періоду.	Оцінка та пргноз операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.

Звіт про власний капітал	
Зміни у складі власного капіталу під час звітного періоду.	Оцінка та прогноз змін у власному капіталі.
Звіт про фінансові результати	
Доходи, витрати та фінансові результати підприємства протягом звітного періоду.	Оцінка та прогноз прибутковості діяльності підприємства, структури доходів та витрат.
Баланс	
Наявність економічних ресурсів на дату балансу, які контролюються підприємством.	Оцінка структури ресурсів підприємства, їх ліквідності та платоспроможності підприємства; пргнозування майбутніх потреб у позиках; оцінка та прогнозування змін в економічних ресурсах, які підприємство, можливо, контролюватиме у майбутньому.
Примітки	
Вибрана облікова політика. Відображення інформації, наведеної у фінансових звітах, але обов'язкової за НП(С)БО1	Оцінка та прогноз облікової політики, ризиків або невизначеності, які впливають на підприємство, його ресурсів та зобов'язань, діяльності підрозділів підприємства тощо.

*Примітка: складено автором на основі [1]

Існує кілька методів та прийомів проведення аналізу фінансової звітності. Серед них можна виокремити такі як: горизонтальний або часовий аналіз, вертикальний аналіз, трендовий аналіз, аналіз відносних показників, порівняльний та факторний аналізи.

Щодо горизонтального аналізу, то він полягає у порівнянні кожної кожної позиції звітності з попереднім звітним періодом. Вертикальний аналіз допомагає визначити підсумкові фінансові показники та охарактеризувати вплив кожної позиції звітності на результат загалом. Трендовий аналіз базується на порівнянні кожної позиції звітності з переліком попередніх періодів, а також на визначенні тренда, тобто тенденції динаміки показника, не дивлячись на можливий вплив випадкових зовнішніх факторів. Порівняльний або ж просторовий аналіз – це аналіз, який проводиться за допомогою зведення показників звітності за окремими показниками самого

підприємства, середніми показниками, а також аналіз показників певної фірми в порівнянні з показниками підприємства-конкурента.

Отже, фінансова звітність є неоціненим ресурсом інформації, який визначає основу для проведення ефективного фінансового аналізу. З вивчення та аналізу фінансових звітів компаній стає зрозумілим, що вони не просто є формальними вимогами для ведення бізнесу, але і надзвичайно важливим інструментом для прийняття стратегічних рішень, визначення ефективності управлінських рішень та оцінки фінансового здоров'я підприємства.

Інформаційні джерела

1. Степаненко Т.О. Вісник СНІ ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ (2019) URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/15666/1/Вісник%20СНТ_випуск%202_2019-133-136.pdf
2. Кальна Т.А. Економічний аналіз (2014) URL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%81%D0%B8%D1%8F/Downloads/362-2674-1-PB.pdf>
3. Антонюк Н.А, Мовчан Ю.О. Фінансова звітність та їх роль в управлінні суб'єктом господарювання (2013) URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/18593026.pdf>
4. Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс] / URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_010
5. Торшин Є.О. Економіка та управління підприємствами (2017) URL: http://bses.in.ua/journals/2017/20_2017/15.pdf

ОСНОВНІ МЕТОДИ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Вітрук А.О., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.В. Розіт**
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Економічний потенціал підприємства базується на системі управлінських рішень, які у свою чергу породжують конкурентоспроможність і прибутковість фірми. При цьому повинні бути створені аналіз собівартості продукції та надійний і достовірний облік витрат. Калькулювання є економічною складовою, яка забезпечує оптимізацію виробничого процесу та управління ним. Для підприємств основною метою обліку витрат є визначення суми витрат, понесених під час певної операції або під час виробництва певного продукту.

Основним нормативним документом, що визначає порядок формування собівартості продукції, є НП(С) БО 16 «Витрати» [3]. Відповідно до цього нормативного документа об'єктом витрат є продукція, роботи, послуги або вид діяльності підприємства, що потребують визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат. Слід зауважити, що відповідно до нормативних документів та методичних рекомендацій, підприємства вправі самостійно обирати метод калькулювання собівартості, спираючись на особливості виробництва. Усе це повинно бути прописано в обліковій політиці [2]

У фінансовому та управлінському обліку виділяють близько десятка таких методів. Розглянемо одні з найбільш популярних. Загалом методи калькулювання собівартості продукції можна поділити на дві групи: традиційні та сучасні (рис. 1).



Рис. 1. Методи калькулювання собівартості продукції

Найбільш простим і найменш точним є метод «absorption cost». Суть його полягає в тому, що собівартість одиниці продукції визначається діленням загальної суми витрат на кількість виготовленої продукції. Звідси його інша назва – метод повного поглинання або повної собівартості. Слід зазначити, що застосування цього методу можливо лише на підприємствах, що виробляють однорідну продукцію, це призводить до обмеженості його використання. Крім того, він не дає уявлення про витрати на окремі статті калькуляції.

Метод «direct cost» дозволяє підприємствам поділяти витрати на постійні та змінні. Під час розрахунку собівартості продукції враховуються тільки змінні витрати, а постійні - вважаються витратами періоду і списуються на рахунки продажів у повному обсязі. Тому виробнича собівартість відрізняється від собівартості реалізованої продукції на суму постійних витрат, що впливає на розмір прибутку. Для визначення собівартості суму змінних затрат ділять на кількість

виготовленої продукції. Одним із ключових показників системи «direct cost» є маржинальний дохід – різниця між виручкою від реалізації і змінними витратами. Це породило іншу назву цього методу – метод маржинальної собівартості [1].

Як і в будь-якого методу, у «direct cost» є свої переваги та недоліки. Наприклад, звіти, складені використовуючи цей метод, більше відповідають інтересам управління підприємством та його підрозділами, адже дають можливість оцінити результативність функціонування окремих сегментів та швидко прийняти економічно обґрунтовані рішення. Але слід зазначити, що така звітність не відповідає загальноприйнятим принципам та вимогам оподаткування прибутку. Також розподіл витрат на змінні і постійні є доволі непростим процесом, який потребує складні додаткові розрахунки, які не завжди забезпечують точний результат [2].

В основі методу «standart cost» лежить попереднє нормування витрат за елементами, статтями та складання нормативних калькуляцій на основі діючих норм на окремі види виробів. При цьому собівартість продукції калькулюється ще на стадії планування виробництва. «Standart cost» широко застосовується в сільському господарстві.

ABC («Activity Based Costing») метод передбачає спочатку групування накладних витрат за основними видами діяльності, а потім розподіл їх між видами продукції, виходячи з того, які види діяльності потрібні для виготовлення цієї продукції. Саме цей метод підвищує обґрунтованість віднесення накладних витрат на конкретний продукт, сприяє більш точному калькулюванню собівартості, забезпечує взаємозв'язок отриманої інформації з процесом формування витрат. Проте застосування методу ABC породжує проблему часу та зусиль, направлених на навчання персоналу, збору даних як під час впровадження системи, так і під час її використання [1].

Завдяки своїм перевагам порівняно з традиційними методами метод «ABC» інтенсивно розвивається в теорії і широко використовується на практиці в країнах Європи та США. Цей метод дає змогу інакше поглянути як на витрати підприємства, так і на управління ними. Він виходить за рамки просто обліку витрат і перетворюється на ефективну технологію управління витратами. На жаль, через застарілі традиції у сфері бухгалтерського обліку ABC-метод недостатньо швидко впроваджується на вітчизняних підприємствах [2].

Сутність системи «just-in-time» полягає у виробленні продукції лише тоді, коли в ній існує потреба, і лише у тій кількості, яка необхідна покупцям. Перевагами є зменшення рівня запасів, а, відповідно, й капіталовкладень, покращення якості виробництва, зниження ризику морального старіння запасів, зменшення обсягів документації.

Система калькулювання «Kaizen costing» означає постійне вдосконалення, до якого причетні всі робітники від менеджерів до робітників. Таким чином, кайдзен не має прямого відношення до калькулювання, а є унікальним підходом, що може застосовуватися в усіх проявах діяльності людини. Загалом слово «кайдзен» (kaidzen) означає вдосконалення.

Таким чином, можна стверджувати, що існує низка методів калькулювання собівартості продукції, які мають свої як переваги, так і недоліки. Кожне підприємство зобов'язане самостійно визначити, який саме метод відповідає його особливостям функціонування, але не виходячи за межі НП(С)БО 16 «Витрати». Застосування зарубіжних методів у вітчизняній практиці вимагає значних змін у бухгалтерському обліку.

Інформаційні джерела

1. Гайдаржинська О.М., Коверга Д.О. Основні методи калькулювання собівартості продукції та різновиди систем обліку витрат. Економіка і суспільство. 2018. № 17. С. 639-643.

2. Онищенко О. В., Куренна О. О., Крикуненко А. С. Методи обліку витрат та калькулювання собівартості продукції: вітчизняний та зарубіжний досвід. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. № 25(2). - С. 153-157.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 16 «Витрати»: затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ

Волков Є.В., здоб. ОС «магістр»

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

В умовах розвитку економіки України ефективність діяльності промислових і торговельних підприємств обумовлюються дієвістю механізмів обліку оборотних активів. Достовірність та повнота обліку оборотних активів можлива за умови наявності адаптованих до потреб вітчизняного ринку методів регулювання як на рівні суб'єктів господарювання так і на рівні держави. Тому питання удосконалення нормативно-правового регулювання обліку оборотних активів підприємств є важливими завданнями у напряму виконання державою регулюючої і контролюючої функцій.

Оборотні активи і управління ними перетворюються в об'єкт інформаційного забезпечення і стають таким чином одним із важливих об'єктів бухгалтерського обліку, економічного аналізу і аудиту.

За умов трансформації економіки України в ринкову багато уваги приділяється зарубіжному досвіду. Саме завдячуючи йому, в нашій економічній термінології з'явилося багато нових понять, закріпили свої позиції раніше мало вживані. Не стали виключенням і оборотні активи, тому що в працях іноземних авторів цей термін зустрічається досить широко, між іншим, як і термін «оборотний капітал». В літературі з терміном «оборотні активи» використовується термін «поточні активи». Часто автори використовують дані поняття як синонімічні, які визначають одну і ту ж частину майна підприємства. Проте на сьогоднішній день відсутні теоретичні розробки, обґрунтовуючи правомірність такого підходу.

Вивчення нормативної бази та економічної літератури показало, що окремі питання в частині обліку і аудиту щодо оборотних активів недостатньо дослідженні і тому потребують обґрунтованих рекомендацій.

Спочатку розглянемо поняття «актив». Термін «активи» з латинської означає «діяльний, діючий». Звідси можна зустріти визначення оборотних активів, як категорії, що відображає вартість тільки «діючих» активів, які приносять підприємству економічні вигоди для обслуговування лише операційної діяльності підприємства, пов'язаної з процесами поточного виробництва продукції та реалізації. Але, досвід багатьох підприємств свідчить про використання активів у грошовій формі з метою диверсифікації господарської діяльності. Наприклад, поточні фінансові інвестиції є фінансовим інструментом, за допомогою яких підприємство здійснює інвестиційну діяльність, тобто іммобілізованими з процесу виробництва тимчасово вільними залишками грошових коштів. Водночас, вони не втрачають якостей економічних ресурсів і майнових цінностей підприємства. У цьому випадку причиною існування різних поглядів стосовно визначення економічної суті оборотних активів є подвійність їх природи.

У нормативно-правовій базі України щодо понять пов'язаних з оборотними активами та їх обліку наявні певні суперечності. Це ускладнює розвиток методологічних та методичних підходів до розробки методик обліку запасів, дебіторської заборгованості, грошових коштів, поточних фінансових інвестицій.

В Господарському Кодексі України визначається, що оборотними засобами є сировина, матеріали, паливо, малоцінні предмети та предмети, що швидко зношуються, інше майно

виробничого та невиробничого призначення. Однак дане визначення доцільно уточнити. Оскільки в представленому переліку відображені лише складові оборотних фондів підприємства, а фонди обігу не обґрунтовуються. Поряд з цим, не зрозуміло чи мова йде про всі складові оборотних активів, чи тільки їх частина. Якщо всі складові, то в ньому не знайшли відображення поточні фінансові інвестиції, поточна дебіторська заборгованість, грошові кошти.

У законодавчій базі існують певні невідповідності і при визначенні терміну «товари». Так, в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність», товар - це будь-яка продукція, послуги, роботи, права інтелектуальної власності та інші немайнові права, призначені для продажу (оплатної передачі). В Господарському Кодексі України охарактеризовано, що товарами у складі майна суб'єкта господарювання визнаються вироблена продукція (товарні запаси), виконані роботи та послуги. В НП(С)БО під товарами розуміють матеріальні цінності, що придбані та утримуються підприємством з метою подальшого перепродажу. Таке трактування використовуються для цілей бухгалтерського обліку на промислових (для них характерні виробничі запаси, незавершеного виробництва, готової продукції, товарів) та торговельних підприємствах (для них характерні лише товарні запаси). Як бачимо, представлені визначення по-різному визначають сутність товарів. Тому для вірного розуміння економічної сутності «товарів» доцільним є забезпечення єдиного підходу до визначення даного поняття шляхом обґрунтування особливостей господарської діяльності підприємств. При цьому важливо враховувати бухгалтерський підхід.

НП(С)БО 9 «Запаси» запасами визначає активи, які 1) утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; 2) перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; 3) утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством. Таким чином, даний нормативний документ розглядає запаси як сукупність чотирьох складових: виробничих запасів, незавершеного виробництва, товарів та готової продукції.

Виникають суперечності і при розкритті в законодавчій базі сутності понять «кошти», «гроші» та «грошові кошти». Так, в Цивільному Кодексі України ці поняття ототожнюються. Однак, необхідно відмітити різні аспекти понять «гроші» та «грошові кошти». Гроші - це товар, який відіграє роль загального еквіваленту. А для підприємств, юридичних осіб, більш коректним є поняття

«грошові кошти». Згідно з МСФЗ 7 «Звіти про рух грошових коштів» грошові кошти складаються з готівки в касі і депозитів до запитання. За такими визначеннями зрозуміло, що грошові кошти підприємства можуть бути в готівковій та безготівковій формі.

Згідно із GAAP США (загальними концептуальними основами і принципами бухгалтерського обліку) (надалі просто GAAP) активи визнаються як ресурси компанії, які повинні принести їй господарську вигоду в майбутньому.

В принципах GAAP розрізняють довгострокові активи і поточні активи, що співпадають з положеннями щодо віднесення до оборотних активів у НП(С)БО в Україні, проте є певні відмінності, які будуть розглянуті в подальших дослідженнях.

У міжнародній практиці кожне підприємство, враховуючи характер діяльності та особливості технології і організації господарських операцій, самостійно вирішує питання розподілу активів на оборотні та необоротні.

МСФЗ не вимагають дотримуватись визначеного переліку або формату, в якому мають подаватись статті активу у балансі. У різних країнах статті активу балансу традиційно розміщуються або у порядку від найбільш до найменш ліквідних (США, Канада), або у зворотному порядку (Велика Британія, країни СНД). Нова форма балансу в Україні зберігає порядок ліквідності статей, що традиційно склався в нашій країні.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКА

Гончар О.В., здоб. ОС «магістр»

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

Актуальність питань вивчення собівартості сільськогосподарської продукції та шляхів її зниження полягає в тому, що у системі показників, що характеризують ефективність виробництва, одне із провідних місць належить саме собівартості продукції.

Для початку нашого дослідження розглянемо досліджуване підприємство, на основі якого були проведені дослідження. Підприємство займається виробництвом як рослинницької, так і тваринницької продукції, за своїми розмірами належить до великих

підприємств. Посівні площі соняшнику у 2018 році займали майже 44 % в структурі загальних посівних площ підприємства. Підприємство фінансово стійке, платоспроможне, не залежне від зовнішніх кредитів, має абсолютний тип фінансової стійкості, що є рідкістю серед сучасних сільськогосподарських підприємств.

У 2018 році у валовий збір соняшника у підприємстві склав 127950 ц, що на 1820 ц більше, ніж у минулому році. Посівна площа соняшнику у 2018 році збільшилась, а урожайність скоротилась з 21 ц/га до 18,6 ц/га.

У досліджуваному підприємстві собівартість виробництва соняшника має тенденцію до зростання. У 2018 р. вона збільшилась майже у три рази, порівняно до 2013 року та майже на 40 % у порівнянні з 2017 роком.

Збільшення виробництва соняшника та підвищення його ефективності, а також зниження собівартості – одна з першочергових і актуальних завдань галузі рослинництва. Успішне вирішення цього завдання вимагає вдосконалення обліку витрат на виробництво як у внутрішньогосподарських формуваннях, так і на підприємстві в цілому. Складання прогнозів розвитку виробництва продукції являє собою актуальну задачу на місцевому, регіональному, національному рівнях, для окремих організацій. В силу ряду мікро- і макроекономічних причин на сучасному етапі економічних реформ зробити це досить важко. В даний час не існує загально визнаних методів, які дозволяють прогнозувати розвиток виробництва продукції в господарствах на перспективу з задовільною достовірністю.

Для вирішення даної проблеми пропонується використовувати методи економіко-математичного моделювання і багатовимірного статистичного аналізу – один з головних інструментів прогресування господарського механізму, структурного перетворення регіонального ринку і прогнозування динаміки виробництва і реалізації продукції.

Вихідними даними для побудови регресійної моделі послужив масив даних, відображених в табл.

В результаті проведених розрахунків була отримана формула виду:

$$y = -685,86 + 0,083x_1 - 7,05x_2 \quad (1)$$

Інтерпретація результатів даних засвідчує, що зміна рівня собівартості 1 ц соняшника на 99,6 % (значення коефіцієнта детермінації $R^2 = 0,996$) пояснюється впливом факторів (незалежних змінних), котрі були включені в дану модель. Власне рівень собівартості під впливом зазначених факторів буде змінюватись наступним чином. У випадку зростання виробничих витрат на 1 грн. в

розрахунку на 1 га собівартість збільшиться на 0,08 грн. Зовсім протилежною буде ситуація по впливу урожайності – при збільшенні урожайності 1 ц зумовить зменшення його собівартості на 7,05 грн., що за масштабності виробництві забезпечить істотне зниження 1 ц продукції.

Таблиця 1 – Дані для регресійної моделі прогнозування рівнів собівартості соняшника

Роки	Собівартість 1 ц, грн	Витрати на 1 га, грн	Урожайність, ц/га
	У	х ₁	х ₂
2014	304,9	9827,1	24,5
2015	498,6	11810,4	31,2
2016	658,2	13310,5	29,8
2017	734,9	15105,6	21
2018	1019,7	18988,4	18,61

Джерело: власні розрахунки за даними фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства

Таким чином, зниження собівартості сприяє отриманню більшого прибутку від виробництва і реалізації продукції сільського господарства, а тому, є важливим етапом підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції.

Зниження собівартості продукції є важливою умовою економічної ефективності виробництва і забезпечення розширеного відтворення в сільському господарстві. Воно передбачає збільшення виробництва продукції рослинництва і зменшення затрат праці і виробничих ресурсів на її виробництво.

Інформаційні джерела

1.С.М. Кваша, С.О. Григор'єв. Сутність та особливості аграрного ринку. Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка». 2016. Т.21. Вип.8. С.56-59.

2.Тонюк М.О., Концеба С.М. Шляхи підвищення ефективності виробництва олійних культур у регіоні. Економіка АПК. 2015. №3. С. 28-33.

3.Дяченко О. В. Шляхи підвищення урожайності соняшнику в умовах сучасних інтеграційних процесів України [Електронний ресурс]. – режим доступу: www.nbuv.gov.ua. (дата звернення 18.12.2019).

Забуранна Л.В. Економічна ефективність виробництва зерна та шляхи її підвищення в сільськогосподарських підприємствах . Економіка АПК. 2017. №3. С. 55-61.

ОБЛКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ

Дорошенко М.О., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**
Державний біотехнологічний університет

Облікове забезпечення управління виробничими запасами є частиною ефективного забезпечення підприємств агробізнесу. У зв'язку з особливостями цієї галузі, де запаси відіграють усю роль у процесі виробництва та забезпечення безпеки, здоровий глузд і надійний облік є умовами ефективного управління діяльністю.

Облікове забезпечення управління виробничими запасами відіграє вирішальну роль в агробізнесі.

Як власник підприємства або менеджер, ви можете задатися питанням: "Навіщо мені потрібно займатися бухгалтерією, якщо я можу просто займатися своїм бізнесом?"

Відповідь проста: бухгалтерія допомагає вам зрозуміти, які ресурси є у вас, як ви їх використовуєте і де є можливості для оптимізації.

Бухгалтерський облік відіграє ключову роль в оптимізації управління виробничими запасами. Він дає змогу точно визначати вартість запасів, контролювати їхній рух, аналізувати ефективність використання ресурсів і прогнозувати використання запасів у майбутньому. Завдяки цій інформації ви можете ухвалювати обґрунтовані рішення щодо закупівель, використання та продажу запасів, мінімізуючи втрати та збільшуючи прибуток [1].

Для бухгалтерського обліку виробничих запасів в агробізнесі використовують різні методи оцінки, як-от метод середньої вартості, метод "першим надійшло - першим було оголошено" (FIFO) і метод "останнім надійшло - першим відключено" (LIFO). Кожен із цих методів має свої особливості і може застосовуватися в різних варіантах.

Для аналізу виробничих запасів в агробізнесі використовувалися фінансові показники, такі як оборотність запасів, собівартість продукції, прибутковість і рентабельність. Ці показники

дають змогу оцінити ефективність використання запасів, визначити потенційні проблеми та вжити заходів щодо їх усунення.

Бухгалтерський контроль відіграє вирішальну роль у забезпеченні ефективного управління виробничими запасами. Він дає змогу відстежувати зміни в запасах, контролювати їх співвідносне забезпечення для обліку та контролю запасів.

Бухгалтерське забезпечення відіграє вирішальну роль в оптимізації управління виробничими запасами на підприємствах агробізнесу. Воно дає змогу вивчити ефективний облік і контроль за рухом і станом запасів.

Бухгалтерський облік відіграє важливу роль в управлінні виробничими запасами.

Він дає змогу точно відстежувати та контролювати кількість і вартість запасів, а також здійснювати їхню правильну оцінку та звітність.

Це допомагає підприємствам ухвалювати поінформовані рішення щодо планування та закупівлі запасів, оптимізації витрат і зниження ризиків, пов'язаних із недостатньою або надлишковою наявністю запасів.

За допомогою бухгалтерського забезпечення підприємства можуть вести облік надходження і списання запасів, контролювати залишки на складах, визначати вартість запасів, а також аналізувати дані для прийняття управлінських рішень.

В агробізнесі використовуються різні методи оцінки виробничих запасів, такі як метод середніх витрат, метод FIFO (first-in, first-out) і метод LIFO (last-in, first-out). Кожен із цих методів має свої переваги та недоліки, і вибір методу оцінки залежить від особливостей підприємства та вимог звітності [3].

Використання бухгалтерського забезпечення для оптимізації управління виробничими запасами підприємств агробізнесу має низку переваг:

- точність і надійність даних: Бухгалтерське забезпечення дає змогу отримувати точну інформацію про стан запасів, унеможливаючи помилки під час ручного обліку. Це дає змогу ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення й уникнути проблем, пов'язаних із недостатністю або надмірністю запасів.

- ефективність бізнес-процесів: Автоматизація обліку та контролю запасів за допомогою бухгалтерського забезпечення спрощує і прискорює процеси. Це дає змогу співробітникам присвятити більше часу іншим важливим завданням і знизити ймовірність помилок.

- аналіз і прогнозування: Бухгалтерське забезпечення надає можливість аналізувати дані про запаси та прогнозувати їхній рух. Це дає змогу оптимізувати закупівлі, планувати виробництво і знизити витрати в довгостроковій перспективі.

- зниження витрат: Завдяки більш ефективному управлінню запасами за допомогою бухгалтерського забезпечення, підприємства можуть уникнути зайвих витрат на непланові закупівлі або зберігання зайвих запасів. Це дає змогу знизити операційні витрати і підвищити прибутковість.

Під час вибору бухгалтерського забезпечення для управління виробничими запасами підприємств агробізнесу слід урахувувати кілька чинників:

1. Функціональність;
2. Інтеграція з іншими системами;
3. Масштабованість;

Бухгалтерське забезпечення має бути здатне масштабуватися відповідно до зростаючих потреб підприємства. Це дасть змогу гнучко адаптуватися до мінливих умов [2].

Бухгалтерське забезпечення відіграє ключову роль в управлінні виробничими запасами в агробізнесі. Оптимізація процесів обліку, аналізу та контролю запасів дає змогу підприємствам скоротити витрати, підвищити ефективність і забезпечити належний рівень запасів відповідно до потреб виробництва та ринку. Сучасні інструменти та програми в галузі бухгалтерського обліку надають можливості для автоматизації та покращення роботи підприємства.

Інформаційні джерела

1. Чміль Г. Л., Кашена Н. Б., Остапенко Р. М. Моніторинг розвитку промислових ринків України: стан та перспективи в умовах глобалізації. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 3 (70). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. С. 37-45. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/37953>

2. Ostapenko R.M. Organizational Mechanism of Strategic Planning of Agricultural Enterprises / Ostapenko R.M. // Materials of the II International Scientific and Practical Conference (online form) "Formation and Prospects of Development of Entrepreneurial Structures within the Integration into the European Space" -Poltava, 2019. -715 p.

3. Остапенко Р. М., Герасименко Ю. С., Велієва В. О. Економічна ефективність підприємств з виробництвом екологічно орієнтованої продукції. Topical issues of the development of modern science. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference. Publishing House «ACCENT». Sofia, Bulgaria, 2020. С. 366-374.

4. Кащенко Н.Б., Цуканова О.В. Удосконалення методики аналізу виробничих запасів підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2011. № 2. С. 128–135.

ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Гуменюк В.Р., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Мединська Т.В.**
Львівський торговельно-економічний університет

Податкова система є однією з найважливіших систем будь-якої держави, по якій можна характеризувати фінансову систему країни в цілому. В Україні система справляння податків врегульовується Податковим кодексом України.

Податкова система складається з певних елементів: системи податкових платежів; принципів оподаткування; податкового законодавства; податкових органів, їх прав, обов'язків та відповідальності; форм та методів податкового контролю [1, с. 32].

За часи незалежності України, податкова система постійно підлягає реформуванню та вдосконаленню згідно вимог часу та обставин. Зокрема здійсненням реформи щодо реорганізації та розділення ДФС на Державну митну службу та Державну податкову службу було перетворено ці служби на сервісний тип. Це призвело до підвищення прозорості та підзвітності робіт цих державних органів, що стало виконанням зобов'язань перед Міжнародним Валютним Фондом та ближчої співпраці України з ЄС.

Найпрогресивнішою реформою для податкової служби стала її цифровізація. Ця реформа полягає в зростанні автоматизації опрацювання документів, спрощення обслуговування та покращення його якості, детальнішого відстеження платників та працівників податкової служби, що забезпечує меншу кількість зловживань як і для платників так і для державних службовців [2, с. 92].

Це спрямовано на скорочення корупційної діяльності, викриття тіньового бізнесу, блокування схем тіньового бізнесу. Окрім того реформа забезпечила подання документів до служб в будь-якому кутку світу за наявності інтернет-мережі, скоротила черги, значно пришвидшила обіг документів.

Упродовж багатьох років тривають реформи з урахуваннями стандартів Євросоюзу та не вдається їх завершити через недостатню стабільність та корупцію в країні. Велику роль у невдачах України щодо встановлення норм ЄС у власні економічні структури має

перешкоджання росії, тому через складність прийняття будь-яких кардинальних змін не вдається наблизитись до економічного альянсу в оптимальний термін.

Із 2022 року складність економічної ситуації змусила ввести зміни тривалістю до кінця воєнного стану. Частина підприємств були змушені припинити свою господарську діяльність через складність економічних умов та великий ризик небезпеки підприємств та життя людей.

Тому були зупинена виробнича діяльність підприємств з виробництва основних ресурсів України, які вона експортує та відповідно урізалась значна частка податкових надходжень [3]. Дані таблиці 1 свідчать про наслідки воєнного стану.

Таблиця 1 – Склад та структура податкових надходжень до Державного бюджету України за 2020-2022 рр.*

Види податків	РОКИ					
	2020		2021		2022	
	Сума, млрд. грн.	Питома вага, %	Сума, млрд. грн.	Питома вага, %	Сума, млрд. грн.	Питома вага, %
Податки на доходи, податки на прибуток та на збільшення ринкової вартості	225,9	26,5	285,3	25,8	265,5	28,0
Рентна плата та плата за використання природних ресурсів	52,6	6,2	80,7	7,3	85,4	9,0
Внутрішні податки на товари та послуги	538,9	63,3	698,9	63,1	569,3	60,0
Податки на міжнародну торгівлю та зовнішні операції	30,5	3,6	38,3	3,5	26,2	2,7
Інші податки та збори	3,33	0,4	3,92	0,4	3,3	0,3
Всього	851,2	100	1107,1	100	949,7	100

*Примітка: складена на основі [4]

Спостерігаємо, що за період з 2020 р. до 2022 р. зросли податкові надходження від рентної плати за природні ресурси. Кількість податкових надходжень в 2022 зменшилась порівняно з 2021

через повномасштабну війну, адже податкові надходження з деяких східних територій більш не надходили до бюджету, а багато підприємств були знищені, тому надходження до бюджету були компенсовані неподатковими надходженнями, серед яких переважала міжнародна допомога.

Ключову роль у податкових реформах воєнного часу відіграли Закони № 2142-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства на період дії воєнного стану» та № 3050-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо звільнення від сплати екологічного податку, плати за землю та податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, за знищене чи пошкоджене нерухоме майно».

Зміни до Податкового кодексу України, зокрема стосовно місцевих податків, вплинули на розділ XX «Перехідні положення» ПК України, де були визначені особливості (пільги) з оподаткування нерухомого майна, що відрізняється від земельних ділянок. Ці зміни передбачають тимчасові пільги, пов'язані з дією воєнного стану на території України, які діють до припинення або скасування воєнного стану. Одна зі змін стосується визначення дат початку та завершення активних бойових дій або тимчасової окупації. Це усунуло непорозуміння між податковими органами та останнім. [10].

Інша зміна стосується періоду, за який не сплачується податок на нежитлове майно на територіях активних бойових дій або тимчасово окупованих територій. Згідно зі змінами, внесеними Законом № 3050-IX, з 1 січня 2023 року такий податок не сплачується з першого дня місяця, у якому визначена дата початку активних бойових дій або тимчасової окупації, до останнього дня місяця, у якому завершено такі події. [11]. Ці зміни регулюють перехідний період з оподаткування майна у зв'язку з воєнним станом, тим самим впливаючи на податкову практику із нерухомим майном на певних територіях України.

Таким чином, аналізуючи реформи податкової системи України в умовах війни, однією з основних трансформацій стала зміна пріоритетів функцій системи оподаткування. Перед воєнним періодом переважала фіскальна функція, внаслідок чого регуляторна та стимулююча функції були менш пріоритетними. Отже, з початком повномасштабної війни уряд України реалізував кроки, спрямовані на підтримку вітчизняного бізнесу, спрощення умов господарювання, усунення бар'єрів та оптимізацію перерозподілу фінансових ресурсів. Більшість заходів мають на меті забезпечення підтримки бізнес-сектору та створення оптимальних умов для його функціонування.

Інформаційні джерела

1. Власюк Н. І., Мединська Т. В. Податкова система: Навч. посібник. К.: Магнолія-2006, 2012. 424 с.
2. Мединська Т. В., Ногінова Н. М. Цифровізація органів податкового адміністрування в контексті сучасних викликів і загроз. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал. 2022. № 24 (52). С. 90-96.
3. За рік війни Україна втратила понад третину промислового виробництва: URL: <https://www.unian.ua>.
4. Офіційний веб-сайт Міністерства Фінансів України: URL: <https://minfin.com.ua>.

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ ТА КАЛЬКУЛЯЦІЇ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Дирявий О.С., здоб. ОС «магістр»,

Єнін С.О., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. С.І. Василюшин
Державний біотехнологічний університет

Витрати – одна з базових категорій економічної науки, від рівня яких залежить низка параметрів економічного розвитку господарюючих суб'єктів. Саме від рівня витрат та ефективності управління ними залежать кінцеві результати господарювання, і, яке наслідок, рівень їх прибутку. Основу управління витратами становить система інформаційного забезпечення, функцію якого виконує обліково-аналітичне забезпечення.

Особливого значення проблема управління витратами набуває у період невизначеності та посилення конкуренції на ринках сільськогосподарської продукції. Як влучно підкреслюють О. Кравченко та К. Леоненко, «саме від цього буде залежати рівень управління ними, рентабельність виробництва, виявлення резервів зниження собівартості продукції, визначення цін на продукцію, а також прийняття необхідних управлінських рішень» [1, с. 841].

Згідно п. 3 НП(С)БО 1, «витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)» [2], саме цими положеннями трактування цієї категорії слід керуватися при накопиченні витрат на вирощування зернових.

Аграрний сектор відрізняється від інших галузей економіки специфічними відносинами власності, оподаткуванням, державною підтримкою, формуванням та використанням нематеріальних активів, визначенням фінансових результатів господарської діяльності, приватизацією майна та землі, формуванням людського капіталу, соціальної інфраструктури села тощо [3].

Інформаційні джерела

1. Кравченко О.В., Леоненко К.О. Проблеми організації обліку витрат виробництва. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 25. С. 841-846.
2. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України № 318 від 31.12.1999 р. зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 09.10.2023).
3. Жук В.М. Предмет та об'єкти бухгалтерського обліку сільськогосподарської діяльності. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: міжнарод. зб. наук. праць. Житомир: ЖДТУ, 2010. Вип. 2 (17). С. 100–105.

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дунаєва Т.В., здоб. ОС «магістр»

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

Диджиталізація обліку на аграрному підприємстві має значний потенціал для поліпшення продуктивності, ефективності та стійкості в цьому секторі. За останні роки диджиталізація стала невід'ємною частиною облікового процесу агровиробництва, яка сприяє оптимізації планування забезпечення ресурсами, синхронізації облікових даних для прийняття керівництвом управлінських рішень.

Процес диджиталізації обліку являє собою трансформацію та впровадження цифрових технологій, які допомагають автоматизувати процес збору, передачі та обробки інформації, поліпшити комунікаційні зв'язки зі споживачами й підвищити ефективність сільськогосподарської діяльності [1]. Диджиталізація управлінського обліку на аграрному підприємстві передбачає впровадження цифрових технологій та інформаційних систем з метою покращення ефективності, збільшення продуктивності та оптимізації процесів управління. За цих умов основні шляхи

диджиталізації управлінського обліку на аграрному підприємстві включають:

1. Впровадження ERP-систем (Enterprise Resource Planning), які дозволяють об'єднати всі бізнес-процеси підприємства в єдину інформаційну систему. Автоматизують фінансовий облік, управління запасами, виробництво та інші процеси, спрощують збір та аналіз даних.

2. Використання системи управління виробництвом (MES) (Manufacturing Execution System) дозволяє управляти виробництвом в реальному часі та включає в себе контроль виробничих процесів, моніторинг обладнання та оптимізацію виробничих ліній.

3. Впровадження системи ведення фінансового обліку. Сучасні програми для фінансового обліку дозволяють вести облік доходів та витрат аграрних підприємств, обчислювати податки, генерувати фінансову звітність.

4. Використання IoT-технологій (Інтернет речей) дозволяє відстежувати стан обладнання та рослин, збирати дані про ґрунт і погоду, що допомагає виробникам приймати рішення на основі реальних даних.

5. Впровадження системи управління витратами, дозволяє ефективно контролювати витрати на ресурси, робочу силу, обладнання та інше.

6. Аналіз даних та прогнозування. Використання аналітики даних дозволяє аграрним підприємствам аналізувати ринки, прогнозувати попит на сільськогосподарську продукцію, оптимізувати поставки та планувати агровиробництво.

7. Електронна документація та автоматизація бізнес-процесів. Замість паперової документації, яка може бути затримана та втрачена, варто використовувати електронні системи документообігу та автоматизовані бізнес-процеси.

8. Кібербезпека. Забезпечення захисту важливих даних та систем від кібератак та несанкціонованого доступу [2, с. 58].

Ефективна диджиталізація виробництва дозволяє вести контроль за великою кількістю показників. Наприклад, на аграрному підприємстві галузі тваринництва запроваджують електронні системи для слідування за станом здоров'я тварин у вигляді електронних карток. Вони містять в собі їжу яку вживає тварина, ліки якими їх лікують та вид хвороби. Для якісного контролю створюють загальнодержавну систему комплексної інформації від державних контролюючих органів, ветеринарних лікарів. Це необхідно, так як розвиток такої системи неможливий без допомоги держави. Адже саме

держава контролює якість продуктів харчування, які потрапляють на ринок [3].

Диджиталізація обліку аграрних підприємств має значущий потенціал для підвищення продуктивності та ефективності в галузі сільськогосподарського виробництва завдяки можливостям постійного: моніторингу переміщення техніки і автоматичного формування агрозвітів, що полегшує контроль за виконанням сільськогосподарських робіт і дає змогу швидко реагувати на непередбачувані ситуації; обміну даними з польовим обладнанням; спостереження індексу вегетації, що є важливим індикатором оцінки здоров'я рослин та їх росту й допомагає сільськогосподарським виробникам вчасно виявляти проблеми з рослинами і приймати відповідні заходи для покращення врожаю [4, с. 39].

Диджиталізація управлінського обліку на аграрному підприємстві є ключовим кроком у покращенні ефективності та контролю в аграрному секторі. Даний інструмент управління дозволяє автоматизувати багато рутинних операцій, що збільшує продуктивність працівників і дозволяє їм приділити більше уваги стратегічним завданням. Саме електронна система обліку допомагає уникнути помилок, які можуть виникнути при ручному веденні обліку, сприяє більш точному та надійному збору та аналізу даних. Цифрові системи забезпечують доступ до важливої інформації в режимі реального часу, що дозволяє керівництву аграрних підприємств швидко реагувати на зміни та приймати обґрунтовані рішення. Аналітичні інструменти в електронних системах дозволяють виконувати більш детальний аналіз та прогнозування, що допомагає у вдосконаленні планування виробництва і ресурсів. Так, підприємства, які використовують цифрові рішення для управління, зазвичай мають перевагу на ринку завдяки зниженню витрат, підвищенню якості продукції і швидкому реагуванню на зміни в умовах ринку. Диджиталізація може допомогти оптимізувати використання ресурсів, таких як вода та добрива, що сприяє більш сталому та екологічно чистому сільському господарству. При цьому, системи управління можуть бути легко адаптовані до змін у законодавстві та стандартах галузі, що забезпечує відповідність вимогам і уникнення штрафів та проблем з регулюванням [5].

Таким чином, диджиталізація управлінського обліку на аграрному підприємстві допомагає підвищити продуктивність, знизити витрати, покращити контроль над процесами та збільшити їх конкурентоспроможність у сучасному глобальному ринку.

Інформаційні джерела

1. Бізнес-процеси в умовах диджиталізації економіки.
URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/05/5.pdf>
2. Нестеренко І. В., Чміль Є. Л. Диджиталізація формування облікової інформації про інноваційну діяльність суб'єктів бізнесу. Цифрова економіка та економічна безпека: ел. науково-практичний журнал, Вип. № 6(6), 2023. С. 56-62 URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/39825>
3. Диджиталізація тваринництва в дії або розумій, що їси.
URL: <https://eba.com.ua/didzhytalizatsiya-tvarynnytstva-v-diyi-abo-rozumij-shho-yisy>
4. Ковалевська Н.С., Нестеренко І.В., Янчева І.В., Лопін А.О. Диджиталізація обліково-аналітичного забезпечення природоохоронної діяльності підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2021. Вип. 1(33). С. 32-43.
URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3302>
5. Діджиталізація: хто сьогодні інвестує в агроінновації в Україні.
Landlord. URL: <https://landlord.ua/news/didzhytalizatsiia-khto-sohodni-investuie-v-ahroinnovatsii-v-ukraini>

ОБЛІК І АНАЛІЗ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ УПРАВЛІННЯ РУХОМ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Єременко Д.Ф., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Н.Б. Кащена**
Державний біотехнологічний університет

Подолання кризової ситуації в економіці сучасної України потребує якісного управління грошовими потоками бізнесу. Основу такого управління має складати відповідна інформаційна система підтримки ухвалення рішень з раціонального формування та ефективного витрачання грошових коштів, синхронізації грошових потоків для забезпечення достатнього рівня платоспроможності та фінансової незалежності підприємства, формування його іміджу у діловому співробітництві та стійкого економічного розвитку.

В контексті важливості формування й практичного застосування такої системи важливим питанням є інтеграція інформаційних функцій обліку, аналізу, планування, оптимізації та контролю для цілеспрямованого формування і своєчасної передачі в режимі реального часу даних про склад, структуру рух та збалансованість грошових потоків підприємства у розрізах, що задовольняють інформаційні потреби стейкхолдерів, і забезпечують оперативність

вирішення питань своєчасності і достатності генерування потоків грошових коштів для забезпечення бажаних параметрів розвитку.

Питання теорії та практики інформаційної підтримки управління, обліку, аналізу, планування і контролю грошових потоків підприємства є предметом пильної уваги сучасних науковців [1; 2]. Проте в умовах сучасних викликів проблема формування якісної системи інформаційного забезпечення управління рухом грошових коштів потребує удосконалення і подальших наукових досліджень.

Система інформаційної підтримки управління рухом грошових коштів має формуватися на концепції єдиного інформаційного простору із дотриманням вимог щодо:

- забезпечення уніфікованого та формалізованого процесу накопичення облікової інформації і створення звітів, що дають змогу різному рівню керівників через мінімальний набір кінцевих синтезованих показників володіти поточною та перспективною ситуацією щодо грошових потоків;

- наявності широкого аналітичного інструментарію для обробки і аналізу облікової інформації щодо грошових потоків;

- забезпечення контрольної функції специфічних інформаційних потоків, що виникають в процесі обробки і аналізу даних з надходження і витрачання грошових коштів;

- структуризації та раціоналізації інформаційних потоків між плануванням, регулюванням, обліком, контролем та аналізом грошових потоків;

- технічного і програмного забезпечення оперативного формування масивів планових і обліково-аналітичних даних, і своєчасної їх передачі зацікавленим користувачам;

- здатності залучати всі структурні підрозділи та служби підприємства в процесі ухвалення рішень щодо грошових потоків.

Накопичення, обробка й передача інформації про рух грошових коштів забезпечується системою бухгалтерського обліку. Наступним етапом обробки інформації про грошові кошти і їх рух є аналіз. Він дає можливість зробити більш обґрунтовані висновки про те, в якому обсязі та з яких джерел відбулося надходження на підприємство грошових коштів та які основні напрямки їх використання. Регулювання грошових потоків забезпечує більш повну збалансованість позитивних і негативних грошових потоків у часі і за обсягами з урахуванням особливостей здійснення господарської діяльності підприємства. Планування дозволяє оцінити стан платоспроможності підприємства протягом планового періоду, дотримання встановлених нормативів формування запасів грошових

коштів та організувати роботу щодо залучення необхідних надходжень грошей. В свою чергу контроль сприяє створенню умов для забезпечення платоспроможності підприємства в майбутньому.

Для забезпечення дієвості система інформаційного забезпечення управління грошовими потоками має бути інтегрована у єдину систему управління підприємством. Тільки за цих умов її впровадження в управлінський інформаційний простір дозволить отримувати об'єктивну і вичерпну оцінку бізнесу, однозначно виявляти причини виникнення проблем і розробляти конструктивні заходи щодо їх ліквідації.

Інформаційні джерела

1. Кашена Н.Б., Гаркуша Н.М., Сидорова Т.О., Лисак Г.Г. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Х. : ХДУХТ, 2013. 396 с.
2. Кашена Н.Б. Фінансова діагностика : навч. посіб. у структур.-логічн. схемах та таблицях. Х. : ХДУХТ, 2018. 196 с. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/10411/1/Kaschena_Financial_diagnostics_NP_slst_2018.pdf

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

Єрліцов Ю.М., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Н.І. Рижикова**
Державний біотехнологічний університет

Управління дебіторською заборгованістю є найважливішим аспектом фінансових операцій будь-якого бізнесу. Ефективне та дієве управління розрахунками з покупцями і замовниками забезпечує безперебійний рух грошових коштів та загальну фінансову стабільність. У цьому вирішальну роль відіграє обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю.

Обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю є комплексною системою, що поєднує у собі різні фінансові інструменти та методи моніторингу, аналізу та контролю дебіторської заборгованості підприємства. Ця система орієнтована на надання точної та актуальної інформації про дебіторський портфель підприємства, включаючи непогашені залишки, кредитні ліміти, умови оплати та звіти про строки погашення.

Одним із ключових компонентів обліково-аналітичного забезпечення управління дебіторською заборгованістю є точний

облік та відстеження дебіторської заборгованості. Систематичне документування всіх транзакцій, пов'язаних із продажами, рахунками та платежами клієнтів, дає фінансовим аналітикам можливість відстежувати та аналізувати залишки дебіторської заборгованості, затримки платежів та інші відповідні дані.

Важливим елементом обліково-аналітичного забезпечення управління дебіторською заборгованістю є створення ефективної політики кредитного управління. Ця політика визначає критерії надання кредиту клієнтам, встановлює кредитні ліміти та умови оплати. Впроваджуючи чітко визначену політику кредитного управління, підприємство може мінімізувати ризик безнадійної заборгованості та скоротити середній період погашення, тим самим покращуючи грошовий потік та ліквідність.

Крім того, обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю включає сучасні аналітичні інструменти, які дозволяють підприємству оцінити кредитоспроможність своїх клієнтів. Ці інструменти використовують різні фінансові коефіцієнти, такі як коефіцієнт поточної ліквідності, співвідношення боргу до власного капіталу та коефіцієнти рентабельності для оцінки фінансового стану клієнтів. Аналізуючи цю інформацію, підприємство може приймати обґрунтовані рішення щодо кредитних ліній, умов та відповідних планів платежів.

Ще одним важливим аспектом обліково-аналітичного забезпечення управління дебіторською заборгованістю є запровадження ефективного процесу виставлення рахунків та збору платежів. Це включає видачу точних і своєчасних рахунків, відстеження платежів і прострочених рахунків. Оптимізуючи процес виставлення рахунків та збору платежів, підприємство може збільшити свій грошовий потік, скоротити витрати на збір платежів та підвищити задоволеність клієнтів.

Крім того, обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю включає використання складних програмних систем та баз даних для зберігання та аналізу інформації, пов'язаної з боржником. Ці системи надають у режимі реального часу звіти про непогашені залишки, звіти про строки погашення та фінансові результати. Використовуючи цю інформацію, підприємство може виявляти тенденції, потенційні проблеми та вживати запобіжних заходів для зниження ризиків, пов'язаних із дебіторською заборгованістю.

Крім того, обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю включає регулярні перевірки та звіряння для забезпечення точності та цілісності записів про дебіторів. Такі перевірки допомагають виявити будь-які невідповідності або помилки, що дозволяє вчасно вжити заходів щодо їх усунення. Крім того, звірка з даними бухгалтерського обліку підприємства та банківськими виписками дає точну картину фінансового стану підприємства та дозволяє ефективно приймати рішення.

Для покращення управління дебіторською заборгованістю підприємства можуть також використовувати розширені моделі прогнозування та прогнозу аналітику.

В цілому обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю є комплексним підходом до ефективного управління дебіторською заборгованістю. Впроваджуючи чітко визначену політику кредитного управління, використовуючи аналітичні інструменти, оптимізуючи процеси виставлення рахунків та збору платежів, а також використовуючи технології, підприємство може досягти покращення грошового потоку, скорочення безнадійних боргів та підвищення фінансових показників. Ця система не тільки забезпечує міцну основу для фінансової стабільності, а й сприяє загальному успіху та конкурентоспроможності бізнесу.

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ ТА ІНФОГРАФІКА

Замятіна А.О., здоб. ОС «бакалавр»

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

Інформація оточує нас всюди – у газетах, соціальних мережах, книгах, телевізорі тощо. Однак часто вона може бути сухою та важкою для сприйняття. Велика кількість даних та тексту може втратити своє значення, якщо вони не представлені зрозуміло та цікаво.

Саме в цьому контексті важливою стає візуалізація даних та інфографіка. Візуалізація даних та інфографіка - це не лише інструменти, але й мова комунікації, що допомагає нам бачити та розуміти велику кількість інформації за короткий проміжок часу.

Візуалізація даних - це процес представлення інформації за допомогою графіків, діаграм, таблиць та інших візуальних засобів.

Основна мета візуалізації даних - зробити дані зрозумілими та легкими для аналізу. Ось кілька переваг, які має візуалізація даних:

- легкість сприйняття: люди легше розуміють інформацію, яку можна побачити візуально, ніж ту, яку треба читати у вигляді тексту.
- швидкість аналізу: візуальна інформація може бути швидше сприйнята, що допомагає приймати швидші та кращі рішення.
- виявлення залежностей: графіки дозволяють виявляти зв'язки і закономірності, які можуть бути приховані в числах.
- зменшення ризику помилок: візуальна інформація допомагає уникнути помилок, які можуть виникнути при інтерпретації текстових даних.

Візуалізація даних останнім часом стала не просто допоміжним інструментом, але і ключовою складовою в різних галузях. Вона спроможна перетворювати складні дані у зрозумілі та цікаві графічні образи:

1. Бізнес та маркетинг: у світі бізнесу візуалізація даних допомагає приймати обґрунтовані рішення. Графіки та діаграми розкривають зв'язки між різними показниками, дозволяючи менеджерам аналізувати відповідність досягнутих результатів поставленим цілям.

2. Медицина: у медицині візуалізація даних використовується для аналізу медичних зображень, таких як рентгени, МРТ, а також для відслідковування ходу лікування та моніторингу пацієнтів.

3. Наука та дослідження: вчені використовують візуалізацію для представлення результатів досліджень та моделювання складних процесів, що допомагає їм краще розуміти свої дані.

4. Освіта: у навчальних закладах візуалізація даних використовується для навчання та розвитку навичок аналізу та графічного представлення інформації.

5. Журналістика: журналісти використовують інфографіку для ілюстрації новин, подачі статистичних даних та навіть візуалізації подій для кращого розуміння глядачів.

6. Громадський сектор: в громадському секторі візуалізація використовується для розкриття глобальних проблем, таких як зміни клімату, бідність, права людини та ін.

Усе більше галузей визнає візуалізацію даних як важливий інструмент для спрощення складних концепцій і рішень.

Інфографіка (або інформаційна графіка) - це спеціальний вид візуалізації даних, який поєднує графічні елементи та тексти для ефективного представлення інформації. Головна мета інфографіки полягає в тому, щоб робити інформацію більш доступною, зрозумілою

та легко сприйманою широкою аудиторією. Інфографіка може включати в себе різні типи даних, такі як статистика, графіки, картографія, схеми, діаграми та ілюстрації.

Основні характеристики інфографіки:

- використання графічних елементів: інфографіка використовує різноманітні графічні компоненти. Наприклад малюнки, іконки, схеми, графіки та кольори, щоб передати інформацію візуально.

- текстовий контент: поряд із графічними елементами, інфографіка включає короткі текстові описи, підписи та заголовки, які допомагають роз'яснити і пояснити дані.

- компактність: однією з переваг інфографіки є її здатність представити велику кількість інформації в лаконічному та компактному форматі.

- зрозумілість: інфографіка спрощує складні концепції та процеси, дозволяючи аудиторії легко сприймати дані.

- варіативність: інфографіка може приймати різні форми - від кругових діаграм та графіків до схем, карт і ілюстрацій. Це дозволяє підходити до різних типів даних та виражати різні ідеї.

- застосування в різних галузях: інфографіка знаходить застосування в журналістиці, маркетингу, науці, медицині, освіті, дизайні та багатьох інших галузях.

Існує багато інструментів і програм для створення візуалізацій та інфографіки. Їх вибір може залежати від наших потреб, рівня навичок та доступності програмного забезпечення. Ось декілька популярних інструментів: Adobe Illustrator, Tableau, Canva, Power BI та багато ін.

Візуалізація даних та інфографіка - це потужні інструменти для зрозуміння та комунікації інформації. Вони допомагають населенню, бізнесу, науці та громадським організаціям краще розуміти та аналізувати дані в різних галузях. Застосування візуалізації даних та інфографіки продовжує зростати, що свідчить про їхню важливість у світі інформації та аналізу.

Інформаційні джерела

1.Муляр В. П. Візуалізація даних та інфографіка. Харків: ФОП Панов А. М. 2020. 200 с.

2.Візуалізація даних. Графічний метод представлення даних. URL:https://stud.com.ua/120991/prirodnavstvo/vizualizatsiya_danih_grafichn_i_metodi_predstavlennya_danih (дата звернення 13.04.2022).

ОСНОВИ ВЕБ-АНАЛІТИКИ

Івах.А.В., Косенко В.О., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Велісва**
Державний біотехнологічний університет

В сучасному світі послуга веб-аналітики - є однією із необхідних для успіху в бізнесі. Можливості веб-аналітики допомагають дізнатися, причину, чому користувачі не здійснили цільову дію, а також усунути цю проблему. Веб-аналітика аналізує якість трафіку, знаходить несправності та недоліки сайту, оцінює ефективність рекламних каналів, сприяє зменшенню витрат для того, щоб залучити клієнтів, аналізує поведінку відвідувачів сайту, допомагає знайти способи підвищення конверсії. Навіщо потрібна веб-аналітика? Веб-аналітика розв'язує кілька основних задач (таблиця 1).

Таблиця 1 – Основні задачі веб-аналітики

Основні задачі веб-аналітики	
1.	Аналізує якість трафіку.
2.	Знаходить технічні та інші несправності й недоліки сайту.
3.	Допомагає оцінити ефективність рекламних каналів.
4.	Сприяє зменшенню витрат на залучення клієнта.
5.	Дозволяє виявити загальну поведінку відвідувачів сайту та зібрати портрет користувача.
6.	Допомагає знайти способи підвищення конверсії.

Одним з методів веб-аналізу є аналіз відвідуваності. Вивчення активності користувачів на сайті, кількість повторних та унікальних візитів, визначення причин спадання чи підвищення активності відвідуваності. Другим методом веб-аналізу є аналіз цільової аудиторії. Це географія, операційні системи та девайси, які використовуються, демографічні дані. Третій метод веб-аналізу, аналіз джерел трафіку. За допомогою яких каналів користувач прийшов на сайт, (реклама, соцмережі, розсилка, пошук), завдяки яким ключовим фразам чи оголошенням прийшли відвідувачі. Четвертим методом є аналіз юзабіліті. Наскільки сайт ефективний, корисний для користувача. Вивчення карт прокрутки сторінки, більш популярних сторінок та маршрутів на сайті. П'ятий метод веб-аналізу, аналіз технічних недоліків. Низька швидкість завантаження, наявність дубльованих сторінок, помилки і т.д. Шостий метод веб-аналізу, аналіз

даних e-commerce. Кількість транзакцій, цикл продажів, дзвінки, найбільш популярні товари, поведінка користувачів на сайті, дохід.

Дані збираються через логаналізатори та лічильники. Аналізатори - внутрішні програми, дозволяють аналізувати помилки роботи сервера, відстежувати хакерські атаки. Вони використовуються, якщо у компанії є окремий сервер для аналітики. Лічильники - зовнішні програми. Для отримання статистики на вебсторінки сайту потрібно встановити невеликий фрагмент коду (1-2 кілобайт). Лічильники допомагають отримати доступ до інформації про кількість покупок, відвідин, кліків на певні кнопки тощо.

Існує два види веб-аналітики: наскрізна та комплексна. Комплексна аналітика дає повну гаму даних про роботу ресурсу. Вона допомагає вирішити та запобігти труднощі. Наскрізна - це комплексна аналітика. Вона допомагає простежити весь маршрут відвідувача - від першого кліку за оголошенням і до покупки товару.

Базовий інструмент веб-аналітики сайтів Google Analytics - зручний і багатофункціональний. Дозволяє оцінити канали трафіку, конверсію, відвідувальність та інші важливі метрики. Риси системи веб-аналітики Google Analytics:

1. СМС – розсилка
 2. Контроль цільових дзвінків
 3. Інтуїтивний інтерфейс
 4. Веб-візор для відстеження дій користувача.
- У таблиці 2 приведені основні терміни веб-аналітики.

Таблиця 2 – Основні терміни веб-аналітики

Основні терміни веб-аналітики
Перегляди - кількість переглянутих сторінок користувачем.
Трафік - кількість відвідувачів за певний період. Google Analytics відстежує весь трафік, який отримує ваш сайт.
Сеанс - відвідування сайту.
Події - взаємодія з елементами сайту (заповнення форми, завантаження прайслісту, відтворення відео).
Дії ваших відвідувачів. Google Analytics відображає основні показники взаємодії практично у всіх можливих звітах, тому вам не потрібно переходити з однієї таблиці до іншої.
Платний аналіз трафіку. Найкращий спосіб відстежувати ефективність всіх інших платних кампаній – встановити правильні параметри UTM та відстежувати їх у звітах «Джерело / середовище» або «Кампанії».
Найпопулярніші сторінки. Ще один важливий звіт, який визначить найцінніший контент на вашому сайті. Звіт «Всі сторінки» корисний для перегляду сторінок із найбільшим трафіком.
Демографія ваших відвідувачів

Історичні дані. Більшість даних у Google Analytics буде завантажено ретроспективно відразу після впровадження коду відстеження на вашому сайті.
Користувальницькі звіти та сегменти
Відмови - відсоток сеансів, коли користувач одразу покинув сайт або покинув після перегляду однієї сторінки, нічого не зробивши.
Конверсія - відсоток відвідувачів, які здійснили цільову дію.
Джерело трафіку - канали, завдяки яким користувачі потрапили на сайт (розсилка, перехід по прямому посиланню, пошукова видача, реклама і тд.)
Сторінки входу - сторінки з яких користувачі заходять та виходять з сайту.

Коли ви вже знаєте, що таке веб-аналітика, стає зрозумілим, яку важливу роль вона відіграє в сучасному світі. За допомогою даних аналітики ми можемо оптимізувати роботу ресурсу, покращити сайт та отримувати більше прибутку від роботи цього ресурсу. Не існує метрики, яку не можна поліпшити.

Інформаційні джерела

1. Брайан Клифтон. Google Analytics для професіоналів, 3 видання
2. Марк Хаслер. Вебаналітика. — М. Ексмо. 2010. URL: <https://blog.admixer.academy/ua/shcho-take-web-analytika-i-navishchovona-potribna/amp/>

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

Кайдалов К.Л., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Н.Б. Кашена**
Державний біотехнологічний університет

Передумовою ефективного управління витратами на виробництво продовольчих товарів є якісна інформаційна підтримка прийняття рішень з калькулювання собівартості та оптимізації витрат виробництва, управління і збуту. Практична реалізація процедур прийняття конструктивних управлінських рішень щодо витрат актуалізує формування на базі системного підходу відповідного аналітичного забезпечення діяльності суб'єкта господарювання.

Системний підхід до управління витратами на виробництво продовольчих товарів практично реалізується у вигляді системного аналізу. Він передбачає являє собою сукупність методів і засобів оцінки ефективності систем калькулювання витрат за видами економічної діяльності й в умовах сучасних викликів є ефективним

засобом обґрунтування конструктивності схвалюваних управлінських рішень зі зниження витрат на виробництво продовольчих товарів.

Метою системного аналізу витрат на виробництво продовольчих товарів є оцінка їх формування і визначення тенденцій розвитку для обґрунтування рішень з їх оптимізації з урахуванням сучасних викликів.

Згідно означеної мети, завданнями системного аналізу витрат на виробництво продовольчих товарів в контексті напружень [1-3] є:

- системний аналіз інформаційних масивів даних з понесених витрат;
- побудова інформаційних систем автоматичної обробки інформації;
- вивчення структури потреб користувачів інформації про витрати на виробництво продовольчих товарів;
- розробка методик відстеження абсолютних та відносних змін за основними показниками витрат на виробництво продовольчих товарів;
- поточний аналіз витрат на виробництво продовольчих товарів (передбачає отримання первинних даних, їх перетворення та інтерполяцію за сумою та рівнем витрат в цілому, їх складом та структурою);
- виявлення тенденцій зміни витрат та визначення непродуктивних витрат;
- оптимізація витрат за обраними параметрами;
- візуалізація результатів системного аналізу і передача інформації для користувачів.

Реалізація означених задач являє собою процес системного аналізу витрат на виробництво продовольчих товарів. Відповідно до функціонального призначення, цикл обробки інформації в рамках системного аналізу характеризується послідовністю дій (етапів) щодо збору, групування, обробки, аналізу та передачі інформації про витрати підприємства. Етапність системного аналізу витрат на виробництво продовольчих товарів є безперервною і має бути структурована відповідно до нерозривної єдності та комплексності дослідження, оскільки неналежне чи неточне виконання одного із визначених етапів призводить до викривлення результатів дослідження та хибних висновків. Сформована послідовність етапів системного аналізу витрат на виробництво продовольчих товарів представлена на рис. 1.

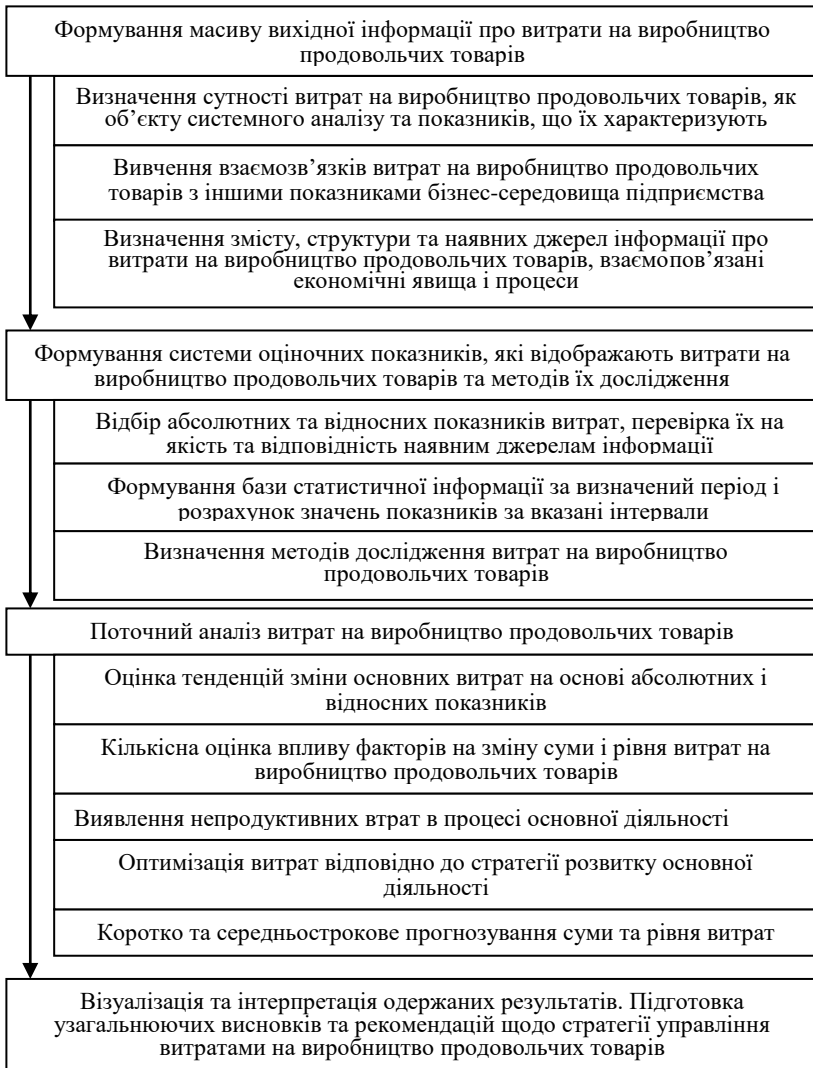


Рис.1. Інфологічна модель етапності системного аналізу витрат на виробництво продовольчих товарів

Отже, підґрунтям ефективного аналітичного забезпечення управління витратами на виробництво продовольчих товарів є

системний аналіз. Він здійснюється на базі інформаційних систем збору, обробки, передачі, зберігання і представлення інформації, а також її використання для аналізу, оцінки, прогнозування, оптимізації та мінімізації витрат. Його дієвість залежить від виваженої послідовності процесів накопичення, аналізу і прогнозування основних показників, які характеризують витрати на виробництво продовольчих товарів.

Інформаційні джерела

1. Кашена Н.Б. Аналітичне забезпечення управління комерційною діяльністю в контексті діджиталізації та маркетингових інновацій. Управління соціально-економічними системами на основі підвищення ефективності маркетингових послуг в умовах діджиталізації : колективна монографія за ред. д.е.н., проф. Чобіток В. І. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2023. С. 287-307. URL:

https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/32725/1/Kashchena_MONOHRIFIYA_MTP_2023.pdf

2. Кашена Н. Б., Цуканова О.В., Гаркуша Н.М. Удосконалення методики аналізу витрат основної діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2008. Ч.1. С. 42-49.

3. Кашена Н. Б., Цуканова О. В., Горошанська О. О., Гаркуша Н. М. Удосконалення методики факторного аналізу рентабельності операційних витрат на підприємствах роздрібної торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2009. Вип. 1(1). С. 35-43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2009_1%281%29__8

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗРАХУНКАМИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Калиниченко Д.С., здоб. ОС «магістр»,

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

Обліково-аналітичне забезпечення є частиною ефективного управління розрахунками з постачальниками та підрядниками в сільськогосподарському комплексі (АПК). У сучасних умовах, коли АПК активно вдається до зовнішніх постачальників і постачальниць, важливо мати систему, яка забезпечує точність і надійність фінансових розрахунків, а також дає змогу проводити аналіз і контролювати фінансові потоки.

Важливість обліково-аналітичного забезпечення в АПК: облік розрахунків із постачальниками та підрядниками є обліковою частиною управління фінансами компанії в АПК. Цей процес має велике значення для підтримання фінансової стійкості підприємств і забезпечення ефективності в постачаннях і роботах. Обліково-аналітичне програмне забезпечення дає змогу ефективно контролювати витрати, оптимізувати робочі процеси та підвищити оперативність ухвалення управлінських рішень.

Оцінка ефективності управління розрахунками: неправильна організація обліково-аналітичного забезпечення дає змогу підвищити ефективність управління розрахунками з постачальниками та підрядниками. Надійні дані про зобов'язання і заборгованості дають змогу ухвалювати управлінські рішення, мінімізувати ризики, фінансові втрати та оптимізувати використання ресурсів.

Завдання, що визначаються за допомогою обліково-аналітичного забезпечення:

- контроль за зобов'язаннями і заборгованостями перед постачальниками та підрядниками.
- аналіз ефективності використання фінансових ресурсів при закупівлях і замовленнях.
- розрахунок і контроль собівартості продукції.
- прогнозування та планування грошових коштів.

Автоматизовані системи обліку та аналізу: сучасні технології дають змогу автоматизувати процеси обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками в АПК. Це значно підвищує точність та оперативність спостереження, а також забезпечує швидкий доступ до інформації. Методи контролю та аналізу даних: для ефективності обліково-аналітичного забезпечення необхідно застосовувати методи контролю та аналізу даних. До них належать порівняння фактичних даних із плановими, аналіз динаміки показників, контроль зобов'язань і заборгованостей, а також моніторинг ефективності використання фінансових ресурсів.

У світі бухгалтерського обліку та аналізу не всі галузі створені рівними. Коли справа доходить до сільського господарства та харчової промисловості, необхідно враховувати унікальний набір проблем і вимог. Тут ми заглибимося у відмінні характеристики бухгалтерського та аналітичного програмного забезпечення в сільському господарстві та харчовій промисловості (АПК) і обговоримо конкретні вимоги, яким воно має відповідати.

Сільськогосподарський сектор - це окрема сфера. Великі поля, працьовиті фермери і мінливі пори року надають їй особливого

колериту, який відрізняє її від інших галузей. Природно, облік і аналіз у цьому секторі повинні відповідним чином адаптуватися.

Одним з унікальних аспектів сільськогосподарського обліку є необхідність обліку біологічних активів. На відміну від інших галузей, де активи можна легко виміряти в грошовому вираженні, сільськогосподарський сектор має справу з живими організмами, які ростуть і змінюються з плином часу. Вкрай важливо, щоб бухгалтерське та аналітичне програмне забезпечення в АПК враховувало складнощі оцінки цих активів і відстеження їхнього зростання та розвитку.

Обліково-аналітичне забезпечення відіграє ключову роль у забезпеченні точності та надійності фінансових розрахунків, а також дає змогу проводити аналіз і контролювати фінансові потоки. Воно допомагає знизити ризики, фінансові втрати та забезпечує ефективне управління розрахунками в сільськогосподарському комплексі (АПК).

В обліково-аналітичному забезпеченні в управлінні розрахунками з постачальниками та підрядниками в АПК застосовуються різні інструменти та методи. Це включає автоматизовані системи обліку та аналізу, методи контролю та аналізу даних, а також специфічні підходи, що враховують галузеві особливості та вимоги АПК.

Коли справа доходить до бухгалтерського та аналітичного програмного забезпечення в сільськогосподарській і харчовій промисловості, універсальний підхід просто не підійде. Щоб ефективно задовольнити потреби АПК, таке програмне забезпечення має відповідати певним вимогам.

Перш за все, програмне забезпечення повинно мати комплексні можливості обліку витрат. Сільськогосподарська та харчова промисловість має справу з численними компонентами витрат, включно з робочою силою, сировиною, обладнанням і комунальними послугами. Здатність точно розподіляти й аналізувати ці витрати має важливе значення для прийняття обґрунтованих бізнес-рішень.

Таким чином, бухгалтерське та аналітичне програмне забезпечення, що використовується в сільськогосподарській і харчовій промисловості, має враховувати особливості галузі. Таке програмне забезпечення відіграє вирішальну роль у процвітанні бізнесу АПК: від обліку біологічних активів до управління швидкопсувними товарами та задоволення галузевих вимог. Отже, коли справа доходить до сільського господарства і фінансів, важливо знайти відповідне програмне забезпечення, яке зможе впоратися з унікальними проблемами сільськогосподарського світу.

Обліково-аналітичне забезпечення відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного управління розрахунками з постачальниками та підрядниками в сільськогосподарському комплексі (АПК). Воно допомагає знизити ризики фінансових втрат, забезпечує точність і надійність фінансових операцій, а також забезпечує можливість проведення аналізу та контролю грошових потоків. Впровадження автоматизованих систем обліково-аналітичного забезпечення дає змогу значно підвищити, підвищити точність і надійність фінансових операцій, а також забезпечити ефективніший контроль і аналіз грошових потоків.

Інформаційні джерела

1. Чміль Г. Л., Кашена Н. Б., Остапенко Р. М. Моніторинг розвитку промислових ринків України: стан та перспективи в умовах глобалізації. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 3 (70). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. С. 37-45. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/37953>

2. Остапенко Р. М., Герасименко Ю. С., Велієва В. О. Економічна ефективність підприємств з виробництвом екологічно орієнтованої продукції. Topical issues of the development of modern science. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference. Publishing House «ACCENT». Sofia, Bulgaria, 2020. С. 366–374.

СИСТЕМА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ (ЗБИТКОМ) ПІДПРИЄМСТВА

Каменюка В.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, ст. викл. **І.П. Порсюрова**
Українська інженерно-педагогічна академія

Для управління прибутком підприємства необхідна релевантна інформація про процеси його формування та розподілу. Відповідна інформація формується за допомогою системи обліково-аналітичного забезпечення, що надає управлінському персоналу інформацію у вигляді форм фінансової, податкової, управлінської та статистичної звітності, аналітичних даних, необхідних для здійснення оперативного аналізу процесу формування та використання прибутку підприємства, виходячи із підпорядкованості загальним цілям системи управління [1]. Враховуючи вищезазначене, актуалізується проблематика розробки системи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком підприємства в практичній площині.

Важливим напрямком удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення прибутку є формування чіткої системи об'єктів різного рівня управління. Вчені А. О. Касич, Р. М. Циган, О. І. Карбан виділяють наступні об'єкти управління прибутком [2, с. 195]:

- в частині управління формуванням прибутку (фінансовий результат в розрізі, операційної, фінансової, інвестиційної діяльності та доходи);

- в частині управління розподілом прибутку (чистий прибуток (збиток));

- в частині управління використанням прибутку (прибуток, спрямований на капіталізацію та прибуток, спрямований на споживання).

Погоджуємося з думкою авторів щодо визначення об'єктів управління, проте вважаємо, що в частині формуванням прибутку, обов'язково необхідно до об'єктів додати витрати, оскільки вони здійснюють значний вплив на формування фінансових результатів підприємства, а також дані об'єкти розглядати не лише для потреб обліку, але й виділити подібні об'єкти, враховуючи особливості оподаткування, контролю та аналізу результатів діяльності підприємства.

Пропонуємо для удосконалення облікового механізму відображення прибутку (збитку) розробити систему обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком (збитком) підприємства, що наочно представлено на рис. 1. Вищезазначена система відображає зв'язок отриманої інформації у фінансовій звітності в підсистемах управління: обліку, аналізу і контролю.

Вважаємо, що до основних елементів системи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком (збитком) підприємства належать:

- в системі обліку (облікове відображення формування прибутку та збитку, розподілу прибутку, формування бухгалтерської звітності, особливості обліку доходів та витрати підприємства з метою розрахунку та сплати податку на прибуток, порядку врахування збитків звітних періодів, формування податкової звітності, управлінська звітність);

- в системі аналізу (методика аналізу формування та використання прибутку, визначення стратегії розвитку підприємства, інструментарій фінансового аналізу);

- в системі контролю (бухгалтерський, адміністративний, кошторисний контролі за здійсненими обліковими операціями).

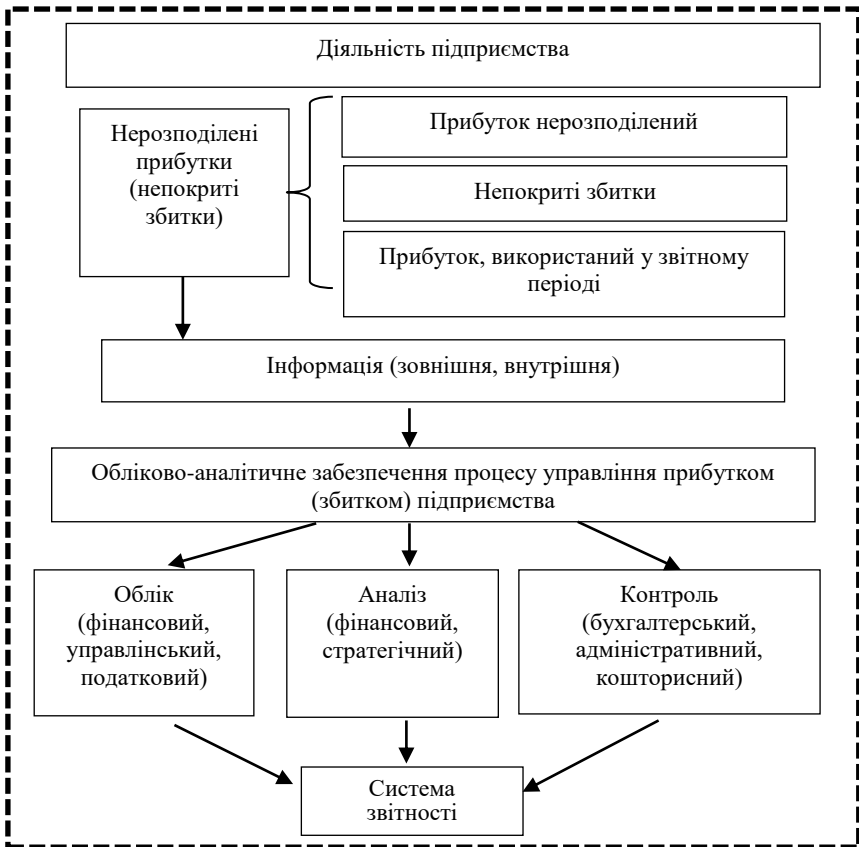


Рис. 1. Система обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком (збитком) підприємства

Джерело: розроблено авторами

Формування обліково-аналітичного забезпечення системи управління прибутком підприємств необхідно виділити наступні етапи:

1. Визначення потреб внутрішніх користувачів в обліково-аналітичній інформації про прибуток з метою формування якісної системи управління прибутком.

2. Визначення структури обліково-аналітичної інформації для управління прибутком підприємства.

3. Визначення організаційно-технічних та методичних аспектів функціонування системи обліково-аналітичної системи, що дозволить сформулювати адекватне поставленим цілям обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком підприємства.

4. Регламентация системи внутрішньої та зовнішньої звітності підприємства [1].

Система обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком підприємства дозволить систематизувати управлінську інформацію для забезпечення отримання прибутку, виконання завдань керівництва та управління діяльністю підприємства, оскільки у суб'єкта господарювання з'являється додаткове джерело розвитку виробництва та торгівлі, що в результаті призводить до підвищення ефективності його діяльності.

Інформаційні джерела

1. Єршова Н. Ю., Кондратьєв Б. О., Ганжела К. І. Щодо питання удосконалення обліково-аналітичного забезпечення процесу управління прибутком підприємств. VII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція для здобувачів вищої освіти і молодих науковців «Інновації в обліково-аналітичному забезпеченні та управлінні фінансово-економічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання», 15–16 листопада 2018 р., м. Харків. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/2433dd35-dc11-4269-9de9-b1f54d99d549/content>.

2. Касич А. О., Циган Р. М., Карбан О. І. Науково-методичні основи обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком підприємства. Проблеми економіки. 2013. № 1. С. 191-196.

3. Горшанська О. О., Кащенко Н. Б. Аналітичне забезпечення управління розподілом прибутку підприємства. Економіка та суспільство. 2017. Вип 13. С. 1065-1071. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/23947>

SWOT-АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Кизим А.Ю., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р. екон. наук, проф. **О.О. Нестеренко**
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Євроінтеграційні процеси, які відбуваються в Україні, потребують постійного вдосконалення національної звітності. Впровадження інтегрованої звітності (ІЗ) виступає як один із ефективних напрямів такого вдосконалення. Традиційна фінансова звітність вже не відповідає вимогам часу, не містить потрібну інформацію щодо ефективного управління фірмами. Аналіз загальних

переваг ІЗ дозволяє визначити її як новий вид корпоративної звітності, яка характеризує більш якісний рівень надання інформації, що супроводжується отриманням значних переваг для суспільства, стейкхолдерів, самого підприємства.

Дослідження переваг і проблем формування інтегрованої звітності дозволило провести SWOT-аналіз формування інтегрованої звітності на підприємствах (табл. 1).

Таблиця 1 – SWOT-аналіз формування інтегрованої звітності на підприємствах

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - зниження ризику у інвесторів; - покращення іміджу і репутації у стейкхолдерів; - сприяння більш сталому розвитку; - покращення відносин з населенням, державними органами, стейкхолдерами; - поліпшення якості інформації, її доступності і прозорості для всіх груп стейкхолдерів; - максимізації конкурентних можливостей на вітчизняному і міжнародному ринках. 	<ul style="list-style-type: none"> - існування юридичних ризиків, пов'язаних з вимогами регуляторів до фінансової звітності; - відсутність нормативно-правових і методичних документів, які регламентують різні аспекти складання ІЗ (правила, стандартизовані форми підготовки звітів, їх терміни надання, порядок оприлюднення і т.п.) на всіх рівнях (від рівня підприємства до міжнародного рівня); - нерозвиненість систем обліку в області стійкого розвитку, відсутність основних встановлених показників стійкого розвитку у звітності; - труднощі з системою контролю (внутрішнього і зовнішнього аудиту) достовірності інформації у ІЗ; - неможливість задовільнити всім вимогам споживачів інтегрованої звітності до її обсягу і наповнення; - залучення більших фінансових ресурсів, часу на формування ІЗ; - відсутність кваліфікованих фахівців, яких можливо залучити до складання ІЗ; - існування труднощів і проблем з оцінкою нефінансових активів, різних видів капіталів; - відсутність в ІЗ «негативної інформації», яка б висвітлювала проблеми і труднощі, з якими стикається підприємство; - труднощі із систематизацією інформації із різних підрозділів підприємства.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - підвищення корпоративного управління; - визначення єдиного підходу для формування звітності підприємства; - впровадження інтегрованого мислення; - розробка програмного забезпечення для формування ІЗ; - зниження корупції 	<ul style="list-style-type: none"> - необґрунтоване розширення інформації, яка міститься в ІЗ; - збільшення витрат на формування ІЗ; - необхідність залучення до підготовки ІЗ; - необхідність створення спеціалізованих підрозділів, залучення додаткових фахівців до підготовки ІЗ; - непорівнянність ІЗ різних підприємств унеможливорює визначення: які з них більш успішні і конкурентоспроможні; - представлення недостовірної інформації; - надання у ІЗ надлишкової інформації, яка немає важливого значення, переважання описових матеріалів замість статистичних і аналітичних; - зниження якості представленої ІЗ

Проведений SWOT-аналіз в контексті формування інтегрованої звітності на підприємствах може принести численні вигоди, а саме:

1. Допомагає ідентифікувати сильні та слабкі сторони господарської діяльності, що є важливим для формування інтегрованої звітності. На основі цього аналізу, підприємство може вирішити, на яких аспектах йому потрібно зосередити увагу при розкритті показників інтегрованої звітності.

2. За допомогою оцінки можливостей і загроз підприємство може підготуватися до майбутніх змін в зовнішньому середовищі та використовувати можливості для покращення своєї діяльності.

3. SWOT-аналіз вимагає збору та аналізу інформації з різних джерел, що сприяє внутрішній інтеграції даних на підприємстві. Це може спростити процес збору та аналізу даних для інтегрованої звітності.

4. SWOT-аналіз дозволяє підприємству бути гнучким і реагувати на зміни в своєму оточенні. Це особливо важливо в контексті інтегрованої звітності, оскільки цей вид звітності вимагає актуалізації інформації і відповідності змінам в зовнішньому середовищі.

Загалом результати SWOT-аналізу допоможуть покращити якість та релевантність інтегрованої звітності і сприятимуть кращому розумінню фінансової та нефінансової інформації стейкхолдерами підприємства.

УПРАВЛІННЯ ПОТОЧНИМИ ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Коробцов Е.В., здоб. ОС «магістр»

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

В умовах фінансової кризи, що утворилась в економіці України, гостро постає питання своєчасності проведення розрахунків між суб'єктами господарської діяльності. Порушення строків погашення зобов'язань призводить до їх накопичення та знецінення грошових коштів для кредиторів. Це негативно впливає на фінансовий стан підприємств роздрібною торгівлі. Вирішення зазначеної проблеми можливе за умов ефективного управління поточними зобов'язаннями. Прийняття управлінських рішень здійснюється на підставі інформації

про поточні зобов'язання, що формується у системі бухгалтерського обліку.

Для цілей бухгалтерського обліку на міжнародному рівні поняття зобов'язань розглядається у параграфі 49 Концептуальної основи та у параграфі 10 МСФЗ-37 «Резерви, умовні зобов'язання та умовні активи» [1].

У вітчизняному бухгалтерському обліку визначення зобов'язань подано у Національному положенні (стандарт) № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2], а методологічні засади формування інформації про зобов'язання та її розкриття у фінансовій звітності визначено Положенням (Стандартом) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» [3]. Це Положення застосовується з урахуванням особливостей оцінки та розкриття інформації щодо зобов'язань, які встановлені іншими нормативними документами з питань ведення бухгалтерського обліку. Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [4] зобов'язання – це заборгованість підприємства, що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди. В інших офіційних джерелах термін «зобов'язання» наведено дещо в іншій редакції, так, зокрема, у п. 3 НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2] замість слів «що виникла» записано «яка виникла», а у П(С)БО 11 «Зобов'язання» [3] взагалі немає визначення даного терміну.

Як бачимо, у бухгалтерському обліку поняття «зобов'язання» є більш вузьким, ніж у цивільному законодавстві.

Обліку підлягають не всі зобов'язання, активним чи пасивним учасником яких виступає підприємство (суб'єкт обліку), а тільки ті з них, які впливають з виконання укладених нею договорів або здійснених дій, а також з якими фінансове право пов'язує виникнення зобов'язань з внесення платежів до бюджету та позабюджетних платежів. Наприклад, укладений договір до часткового або повного його виконання, тобто до передачі майна, виконання робіт, надання послуг, сплати грошей, передачі боргу, анулювання боргу тощо залишається наміром, бажанням здійснити ті чи інші господарські операції. Він не підтверджує факт здійснення господарських операцій, а тому і не відображається в бухгалтерському обліку. Враховується тільки виконання договору та виникнення зобов'язання з його оплати.

Загальним правилом є те, що зобов'язання реєструються в обліку тільки тоді, коли по них виникає заборгованість. Зобов'язання, які підлягають виконанню в майбутньому, не є заборгованістю і не відображаються в обліку. Отже, зобов'язання виникають як наслідок

після отримання товарів, робіт, послуг, авансу, нарахування заробітної плати, податків до сплати в бюджет тощо, тобто як наслідок минулих подій. Інформація про зобов'язання підприємства завжди дуже актуальна як для його управлінського персоналу, власників, так і для держави. Класифікація зобов'язань, яка наведена у П(С) БО 11 «Зобов'язання» [3], явно є недостатньою. На нашу думку, необхідно суттєво розширити класифікацію зобов'язань за різними ознаками (рис1).



Рис 1. Класифікація поточних зобов'язань за видами для ефективного управління торговельним підприємством

Отже, детальна класифікація зобов'язань торговельного підприємства дає можливість глибше зрозуміти їхню сутність, а також допомагає обліковій та фінансовій службі отримувати необхідну інформацію про зобов'язання з метою їх оптимізації.

Інформаційні джерела

1. Міжнародний стандарт фінансової звітності № 18 «Виручка». URL: http://www1.minfin.ru/buh/msms/um_ias18.doc

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» із змінами внесеними наказами Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. №627 від 08.02.2014р. №48. URL: <http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.aspx>

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31 січня 2000 р. N 20 URL: <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO16.aspx>.

4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність: Закон України прийнятий Верховною Радою України від 16.07.1999 р. № 996. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>

ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Косолапова А.В., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Н.Б. Кашена**
Державний біотехнологічний університет

Ефективність функціонування підприємств в умовах сучасних викликів визначається рівнем якості управлінських впливів задля забезпечення економічної активності, зміцнення економічної безпеки та сталого розвитку бізнесу. Практична реалізація процедур прийняття конструктивних управлінських рішень за кожним з визначених напрямів ґрунтується на результатах аналізу наявності та ефективності використання фінансово-ресурсного потенціалу підприємства, оцінки якості партнерських взаємовідносин зі стейкхолдерами, дієвості стратегій інноваційного розвитку тощо, і визначає актуальність дослідження теоретичного базису аналітичного забезпечення управління його діловою активністю.

Як доводить [1], сутність та оцінка рівня ділової активності підприємств є предметом дослідження багатьох науковців сучасності. Проте як об'єкт економічної оцінки та аналізу ділова активність підприємства почала розглядатися у вітчизняній аналітичній практиці лише на початку розвитку підприємництва у 90-х роках ХХ ст. Поява даної

категорії пов'язується з можливим ризиком і крахом ведення бізнесу, уникнення яких вимагає активних дій зі збереження, зміцнення та покращення фінансово-ресурсного потенціалу, налагодження діалогу зі стейкхолдерами, своєчасного реагування та усунення деструктивних впливів бізнес-середовища на мікро- та макрорівні. Ділову активність прийнято розглядати з трьох позицій – індивідуума, підприємства (мікрорівень) та держави (макрорівень). Критерієм ділової активності за даними [2] є спроможність суб'єкта господарювання до ефективного функціонування та сталого економічного зростання у бізнес-середовищі.

Ділову активність підприємства пропонуємо розглядати як комплексну категорію, яка охоплює два рівні – внутрішній та зовнішній. При цьому первинним є внутрішній рівень ділової активності, оскільки від того, як ефективно підприємство використовує фінансово-господарські ресурси прямо пропорційно залежить результативність його діяльності, а відтак і привабливість для інвесторів, партнерів, кредиторів тощо. Отже, ділова активність – це комплексна характеристика діяльності підприємства, внутрішній рівень якої відображає ефективність використання фінансово-ресурсного потенціалу підприємства та інтенсивність її зміни у часі, а зовнішній – зусилля підприємства, спрямовані на забезпечення сталого розвитку і досягнення лідерських позицій на ринку.

Виходячи з цього оцінку ділової активності підприємства слід здійснювати за двома напрямками:

- аналіз внутрішнього рівня ділової активності підприємства (реалізується шляхом розрахунку показників ефективності використання основних засобів, товарних запасів і трудових ресурсів, оборотності активів і капіталу підприємства, а також дослідженням їх динаміки і визначення дотримання умов нерівності темпових співвідношень основних економічних показників господарювання – прибутку, чистої виручки від реалізації та середньорічної вартості активів (капіталу) підприємства);

- аналіз зовнішнього рівня ділової активності підприємства (реалізується шляхом оцінки кількісних і якісних параметрів функціонування підприємства на макрорівні. Кількісними параметрами є: зміна частки підприємства на товарному ринку масштаб партнерських відносин на внутрішньому та зовнішньому ринках країни, обсяг зовнішньоекономічного обороту, приріст кількості робочих місць, динаміка фондової активності (виражається у збільшенні обсягу реалізації акцій, підвищенні коефіцієнта нотування, зростанні прибутковості та рівня дивідендного доходу акцій). Якісними параметрами ділової активності підприємств у зовнішньому економічному середовищі є: імідж підприємства, його ділова репутація, соціальна та природоохоронна активність підприємства, тощо).

Для задоволення потреб керівництва оцінка внутрішнього рівня ділової активності підприємства проводиться з метою пошуку внутрішніх резервів підвищення ефективності господарювання, а зовнішнього – з метою визначення можливостей розширення діяльності і перспективних каналів збуту, підвищення іміджу підприємства, укладання вигідних угод і контрактів тощо.

Інформаційні джерела

1. Кашена Н. Б., Горошанська О. О., Польова Т. В. Ділова активність підприємства: сутність та методика аналізу : монографія. Харків, 2016. 196 с.

2. Кашена 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 ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Кроленко Ю.В., здоб. ОС «магістр»

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

Обліково-аналітичне забезпечення управління елементом є важливим аспектом бізнесу. В умовах економіки, що розвивається, і конкурентного середовища ефективні засоби управління стають передумовою для досягнення стратегічних цілей організації. У цій статті представлено огляд основних аспектів розгляду та аналітичного підходу, необхідних для ефективного управління альтернативними методами. Ми розглянемо роль інформаційних систем, різні методи та інструменти.

Бухгалтерська та аналітична підтримка відноситься до процесів і систем, впроваджених організаціями для ефективного відстеження та управління своїми активами. Він охоплює запис, класифікацію, аналіз та інтерпретацію даних, пов'язаних із цими активами, для прийняття обґрунтованих рішень.

Управління активами має вирішальне значення для організацій, оскільки воно допомагає забезпечити ефективне використання, обслуговування та контроль їхніх фізичних активів. Ефективно керуючи активами, підприємства можуть оптимізувати свою діяльність, підвищити продуктивність, знизити витрати і максимізувати цінність своїх інвестицій.

Основними завданнями обліково-аналітичного забезпечення управління активами є надання точної та своєчасної інформації про активи організації, полегшення процесів ухвалення рішень, контроль використання та ефективності активів, забезпечення дотримання нормативних вимог, а також сприяння підзвітності та прозорості.

Активи - це ресурси, що належать або контролюються організацією, які мають економічну цінність і, як очікується, принесуть майбутні вигоди. Їх можна поділити на матеріальні активи (наприклад, будівлі, машини та транспортні засоби) і нематеріальні активи (наприклад, патенти, товарні знаки та програмне забезпечення).

Облік активів слідує певним принципам, включно з принципом вартості (активи первісно обліковують за вартістю їхнього придбання), принципом зіставлення (витрати, пов'язані з активом, визнають протягом строку його корисного використання) та принципом знецінення (активи оцінюють на предмет потенційного знецінення та скориговано відповідним чином).

Облік активів регулюється різними законами, постановами та стандартами бухгалтерського обліку. Вони містять керівні принципи та процедури обліку, оцінки, амортизації та розкриття активів, забезпечуючи послідовність і прозорість фінансової звітності.

Аналітичні методи в управлінні активами включають такі методи, як коефіцієнтний аналіз, аналіз тенденцій, бенчмаркінг і дисперсійний аналіз. Ці методи допомагають оцінити продуктивність активів, оцінити ефективність, визначити області для поліпшення і підтримати процеси прийняття рішень.

Прогнозування і планування відіграють вирішальну роль в управлінні активами. Аналізуючи історичні дані та ринкові тенденції, організації можуть прогнозувати майбутні потреби в активах, планувати обслуговування і заміну, ефективно розподіляти ресурси та оптимізувати використання активів.

Аналіз ефективності активів охоплює оцінку таких факторів, як коефіцієнт використання, час простою, витрати на технічне обслуговування і рентабельність інвестицій. Цей аналіз допомагає виявити недостатньо використовувані або неефективні активи, вжити коригувальних заходів і підвищити загальну операційну ефективність.

Обліково-аналітичне програмне забезпечення управління інструментом відіграє ключову роль в ефективному управлінні активами організації. Воно дає змогу перевіряти ефективність

основних засобів, проводити аналіз ефективності та ухвалювати обґрунтовані рішення щодо їх використання.

Це допомагає організаціям оптимізувати витрати, підвищити продуктивність і досягти стратегічних цілей.

Обліково-аналітичне забезпечення управління основними засобами охоплює різні методи та інструменти, такі як класифікація та облік основних засобів, аналіз ефективності їх використання, прогнозування та планування, а також використання інформаційних систем. Усі ці компоненти спільно забезпечують повне і точне уявлення про стан і управління основними засобами.

Інформаційні системи відіграють життєво важливу роль у бухгалтерському та аналітичному забезпеченні управління активами. Вони дають змогу організаціям ефективно збирати, зберігати, обробляти й аналізувати дані, пов'язані з активами.

Інформаційні системи надають цінну інформацію в режимі реального часу, полегшують прийняття рішень, оптимізують робочі процеси та покращують загальні процеси управління активами.

Вибір і впровадження інформаційних систем для управління активами вимагає ретельного розгляду. Для забезпечення успішного впровадження та ефективного використання системи слід враховувати такі фактори, як сумісність системи, масштабованість, простота використання, інтеграція з наявними процесами та безпека даних.

Інформаційні системи відіграють важливу роль в обліково-аналітичному забезпеченні управління основними засобами. Вони дають змогу автоматизувати процеси обліку та аналізу, забезпечують доступ до актуальної інформації, покращують точність даних і спрощують процес ухвалення рішень. Інформаційні системи також допомагають поліпшити контроль над активами, оптимізувати використання ресурсів і підвищити ефективність управління основними засобами.

Автоматизація бухгалтерської та аналітичної підтримки дає низку переваг, зокрема підвищення ефективності, зменшення кількості ручних помилок, підвищення точності даних, розширені можливості звітності, кращу доступність даних та оптимізацію робочих процесів.

Автоматизація дає змогу організаціям заощаджувати час, ресурси та витрати під час оптимізації процесів управління активами. ведення обліку, використання аналітичних методів і застосування інформаційних систем дають змогу організаціям ефективно управляти своїми активами.

Постійне вдосконалення в цьому допомагає підвищити ефективність використання основних засобів, обґрунтованих рішень і дотримання стратегічних цілей компанії.

Інформаційні джерела

1. Ніценко В.С., Мазіна К.С., Цуканов О.Ю., Остапенко Р.М. Соціально-економічні імперативи розвитку України. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2017. № 4. С. 41–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhna_u_ekon_2017_4_7.

2. Остапенко Р. М., Горох О. В. Організаційно-економічні фактори функціонування товариств з обмеженою відповідальністю. Eurasian scientific congress. Abstracts of the 6th International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2020. Pp. 559–566.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Кравець М.Б., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.О. Лобода**
Львівський національний університет ім. Івана Франка

Україна визначила напрям розвитку економіки, характерний для держав з ринковими умовами господарювання, з метою входження її до світового співтовариства. Особливістю сучасного етапу розвитку нашої економіки є формування господарського механізму вдосконалення управління господарською діяльністю і важливих його функцій – бухгалтерського обліку, контролю та економічного аналізу, розширився діапазон організаційних форм підприємств, здійснено дерегулювання їх діяльності, створено новий порядок відносин з державою. Поряд з цим зростає ризик і відповідальність суб'єктів господарювання та необхідність контролю їх діяльності. Це обумовлює нове ставлення користувачів до економічної інформації, підвищує вимоги до інформаційної системи менеджменту і насамперед до бухгалтерського обліку, як основного її складника. На нинішньому етапі державотворення перед бухгалтерським обліком постала потреба у виробленні нових методик створення бухгалтерської інформації. Вони повинні бути адекватні змінам економіки та відповідати міжнародним стандартам, що викликало необхідність у реформуванні системи бухгалтерського обліку України [1].

Державне регулювання бухгалтерського обліку – це комплекс заходів законодавчого, виконавчого та контролюючого характеру, за допомогою яких державними органами здійснюється методологічне,

методичне та організаційне забезпечення функціонування системи бухгалтерського обліку в Україні.

Державне регулювання обліку спрямоване на створення єдиних правил ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, які є обов'язковими для всіх підприємств, захищають інтереси користувачів і гарантують їм забезпечення доступу до інформації, що міститься у фінансовій звітності, яка здатна дати об'єктивну картину фінансового стану та результатів діяльності суб'єкта господарювання [2].

У зв'язку з активізацією євроінтеграційних процесів в Україні, розвитком міжнародного співробітництва, участю у сфері відносин міжнародного розподілу, залученням іноземних інвестицій в економіку України, виходом вітчизняних підприємств на міжнародні ринки капіталу виникає необхідність подальшого реформування системи бухгалтерського обліку. В цих умовах перед бухгалтерським обліком виникають нові завдання, рішення яких неможливе без державного втручання.

Поняття «регулювання бухгалтерського обліку» у вітчизняній практиці почало з'являтися на початку реформування при становленні ринкової економіки. Проте досі спостерігається висока варіативність вже при самому формуванні терміну регулювання обліку (використовуються нормативне, правове, нормативно-правове, методичне регулювання бухгалтерського обліку тощо), а його трактування в більшості випадків не наводиться.

Процес глобалізації світової економіки, посилення захисту прав інвесторів та забезпечення прозорості функціонування міжнародних ринків капіталу зумовили нові підходи до реформування бухгалтерського обліку. В цих умовах актуальним є питання удосконалення державного регулювання у сфері бухгалтерського обліку з урахуванням вимог міжнародних стандартів та законодавства Європейського Союзу.

Для методологічного та організаційного забезпечення застосування МСФЗ і єдиних методологічних засад ведення бухгалтерського обліку всіма суб'єктами господарювання доцільно удосконалити механізм державного регулювання, зокрема здійснювати:

- контроль за впровадженням державної політики у сфері бухгалтерського обліку;
- моніторинг за дотриманням нормативно-правових актів з обліку;
- контроль за якістю фінансової звітності;

- контроль за використанням механізму затвердження і застосування МСФЗ в Україні, впровадження наукових розробок щодо реформування системи обліку, впровадження державної сертифікації професійних бухгалтерів [3].

Застосування удосконалених механізмів державного регулювання сприятиме подальшій гармонізації фінансової звітності вітчизняних суб'єктів господарювання із фінансовою звітністю підприємств держав-членів ЄС, а також інших країн, які застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності.

Досвід розвинених країн переконує, що бухгалтерський облік як складова частина управління економікою для забезпечення єдності та порівнянності інформаційних продуктів потребує регулювання [4]. Українські професійні бухгалтерські організації співпрацюють з державними органами влади, підтримують ділові зв'язки з іншими професійними організаціями та представниками галузевих професійних об'єднань, навчальними закладами. Їх представники входять до громадських 38 рад при міністерствах і відомствах України. Це ще раз підкреслює значний науково-практичний і міжнародний потенціал українських професійних організацій бухгалтерів та аудиторів для здійснення активної участі у справі регулювання бухгалтерської діяльності.

Отже, встановлення владних повноважень регулювання бухгалтерського обліку за професійними бухгалтерськими організаціями гальмується через те, що в Україні не створені для цього інституціональні засади. Відповідний статус професійних бухгалтерських організацій щодо регулювання бухгалтерської діяльності законодавчо не закріплений. Не зважаючи на те, що вони мають можливість делегувати своїх представників до громадських рад при міністерствах і відомствах України, але це не є підтвердженням їх визнання як повноправних агентів загальнодержавного рівня, які формують політику у сфері бухгалтерського обліку. Все це свідчить, що історично сформований механізм державного регулювання бухгалтерського обліку в Україні потребує перегляду стосовно суб'єктності держави в стратегічному управлінні національною системою бухгалтерського обліку. Адже, лише за умови удосконалення механізму регулювання бухгалтерського обліку може здійснюватися ефективно державне управління.

Інформаційні джерела

1. Організація обліку: [навч. посібник] / Костишина М. Т., Киричук У. М., Лобода Н. О., Демко М. Я. Львів: ЛДФА, 2011. 192 с.

2. Бухгалтерський облік : навч. посіб. / за ред. В. Ф. Максимової. Одеса : ОНЕУ, 2013. Ч. 2. 324 с.

3. Олійник Я. В. Організація бухгалтерського обліку в умовах міжнародної інтеграції. К.: КНЕУ, 2016. 528 с. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/d26.006.06/2016/Oliynyk_dis.pdf

4. Чабанюк О. М., Лобода Н. О. Становлення національної системи бухгалтерського обліку в Україні на основі його гармонізації та стандартизації. Харків: ДБУ, 2022. С. 361-362. URL: <https://biotechuniv.edu.ua/nauka/materialy-konferentsij>

УКРАЇНСЬКИЙ РІТЕЙЛ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ЗАГРОЗИ ТА ВИКЛИКИ

Лемешко Я.І., здоб. ОС «магістр»

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

Трансформація «ринку ритейлу» відбувається під впливом факторів кризового менеджменту. Попри війну, логістичні складнощі та зниження купівельної спроможності населення український ритейл не лише продовжує працювати, але й впроваджує нові послуги на інноваційні сервіси, які дозволяють адаптуватись до роботи в воєнний час та при цьому покращити клієнтський досвід.

Fozzy Group – одна з найбільших торговельно-промислових груп України. Її бізнес-інтереси охоплюють ритейл, виробництво продуктів харчування, банківську справу, ІТ, логістичний, туристичний та ресторанний бізнес. Група компаній Fozzy вже давно підтвердила свій статус самого мультимедійного ритейлера України. [1].

За даними Асоціації ритейлерів України (Retail Association of Ukraine, RAU), до першої трійки найбільших торгових мереж слідом за АТБ входять Fozzy Group, яка об'єднує мережі "Сільпо", "Фора", Fozzy Cash&Carry, Le Silpo та "Thrash!Траш!" , а також мережа VolWest Retail (магазини "Наш Край" та Spar).

Ця трійка зберігає лідерство, і війна нічого не змінила. Незважаючи на серйозні втрати, завдані АТБ, Fozzy Group та VolWest Retail там, де велися і продовжуються активні бойові дії, в тому числі на окупованих територіях, вони змогли зберегти лідерство за рахунок запасу міцності національних операторів та великої кількості торгових точок [2]. Дослідження Асоціації свідчать, що за перший місяць війни у окремих національних мереж та мереж, які працюють на територіях,

де ведуться воєнні дії, кількість торгових точок, що були закриті, сягнула близько 25-30%, відбулось різке падіння продажів до 50% у порівнянні з довоєнним періодом. Загальні прямі збитки групи з початку повномасштабного вторгнення оцінюються у понад 2,4 млрд грн.[2].

З початку війни Кабінетом міністрів України була прийнята постанова, якою строки розрахунків із постачальниками за соціальні товари були зменшені до 10 днів. «Скорочення термінів розрахунку спричиняє надзвичайний тиск на грошові потоки. Залишається важливим питання зниження вартості комунальних послуг та орендної плати для сегменту роздрібною торгівлі, особливо на тих територіях, де велась або ведуться активні бойові дії. [3].

Таким чином, на підставі проведеного дослідження ми виділили основні найбільші виклики для українського ритейлу від початку повномасштабної війни (рис.1).

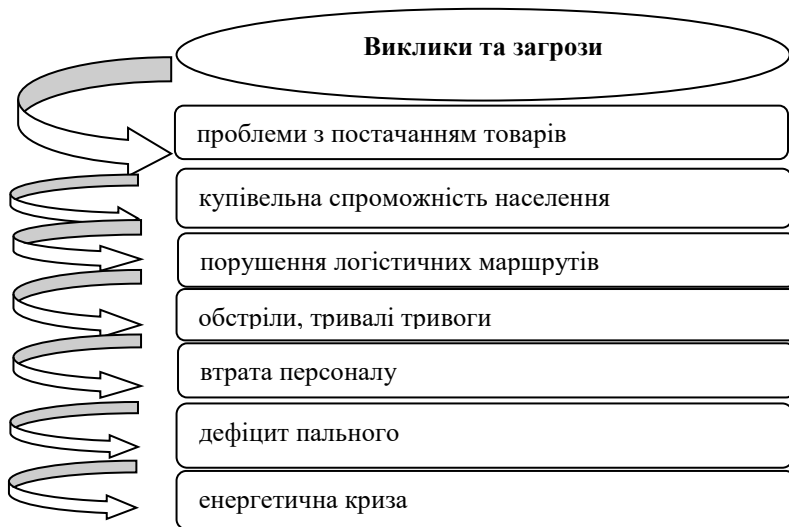


Рис. 1. Основні вагомні виклики для українського ритейлу від початку повномасштабної війни

З моменту вторгнення агресора на територію України умови, за яких проводяться готівкові розрахунки, інкасації та інші процедури з обігу готівки, значно ускладнились. Пріоритетом для роздрібною торгівлі стало безготівкове обслуговування клієнтів та видача готівки з

кас магазинів. Fozzy Group за час активної фази бойових дій збільшено граничний ліміт зняття до 6500 гривень. У «Сільпо» активно закликали покупців користуватися своїм мобільним застосунком для сканування штрих-кодів на товарах, адже у перші тижні не вистачало рук для оновлення цінників. Крім того, у перші тижні були великі черги у низці супермаркетів, тому в мобільному застосунку «Сільпо» був особливо затребуваним сервіс «Вільнокаса», що дозволяє самостійно просканувати товари, а потім на касі самообслуговування, відсканувавши QR-код, здійснити покупку.

Дослідження свідчать про те, що змінився формат продажів (рис 2).

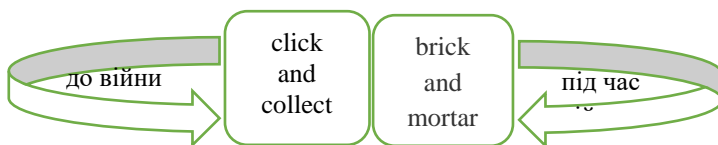


Рис.2. Трансформація формату продажів у сфері ритейлу

Нагорняк Ірина вважає, що розвитку ритейлу в Україні на сьогодні сприяють ряд факторів. Перше, звичайно, це надійна робота банківської системи під час війни. Також до кінця 2022 року ряд торгових компаній звільнені від сплати ПДВ. Відстрочення сплати у наступному році зміцнить позиції таких компаній як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках 45, с.145].

Отже, серед основних факторів, які негативно впливають на діяльність фуд-ритейлу в умовах воєнного стану — відсутність оборотних коштів, висока орендна плата та комунальні платежі, порушення та значне ускладнення логістики, високі витрати на оплату податків та ін.

Тож розвиток ритейлу можливий завдяки зменшенню податкового навантаження, зниження вартості комунальних послуг, орендних платежів, перегляд порядку ціноутворення на продукти харчування, розширення програм підтримки бізнесу. Стабільна та безперебійна робота фуд-ритейлу в складних умовах воєнних дій є запорукою продуктової безпеки країни й гарантія швидкого відновлення економіки.

Інформаційні джерела

1. Мультиформат: як нові проекти Fozzy Group працюють в умовах повномасштабної війни. URL: <https://rau.ua/dosvid/multiformat-jaki-silpo/>

2. Мережа АТБ закриває супермаркети в Україні, Fozzy Group наближається до лідера ритейлу URL: <https://patrioty.org.ua/ecomomic/merezha->

atb-zakryvaie-supermarkety-v-ukraini-fozzy-group-nablyzhaietsia-do-lidera-riteilu-464601.html

3. Продовольча НЕ безпека: скільки протримається український фуд-ритейл в умовах війни. URL: <https://rau.ua/novyni/ckilki-protrimaietsja-fud-ritejl/>

4. Нагорняк І. Український ритейл: як вижити бізнесу у воєнний період. С. 142-145. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39287/2/FMNESCPS_2022_Nahorniak_I-Ukrainian_retail_how_142-145.pdf

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Ляпун О.М., аспірант,
Богомаз О.П., аспірант
Державний біотехнологічний університет

У XXI ст. глобальною проблемою залишається забезпечення сталого розвитку суспільства, заснованого на знаннях і дотриманні балансу між задоволенням поточних потреб людства та захистом інтересів майбутніх поколінь. Його основою є системний підхід та новітні інформаційні технології та цифрові рішення, що дозволяють моделювати напрями розвитку, прогнозувати їх результати та приймати дієві управлінські рішення. Конструктивність останніх забезпечується відповідним обґрунтуванням із застосуванням методичного інструментарію збору й аналітичної обробки фінансових і нефінансових даних за результатами економічної діяльності підприємства, і визначає доцільність дослідження організаційних засад формування обліково-аналітичної інформації в інформаційній системі управління розвитком підприємства.

В умовах сучасних викликів, пов'язаних із воєнним станом, цифровізацією та євроінтеграцією, трансформуються бізнес-моделі більшості підприємств і через зростання обсягу інформаційних потоків підвищуються вимоги до оперативності формування, достатності, якості фіксації та аналітичної обробки даних бухгалтерської інформаційної системи підприємства. Як наслідок – зростає науковий та практичний інтерес до обсягу та якості обліково-аналітичної інформації, що використовується в управлінні сталим розвитком підприємств.

Виявлення, обробку, зберігання та поширення інформації у процесі управління сталим розвитком підприємств забезпечують

основні функції інформаційної підтримки прийняття управлінських рішень – облік та аналіз. Облік спрямований на накопичення інформації (облікова), а аналіз – на її обробку та створення нової інформації, яка є прийнятною, зрозумілою та оціненою користувачами як корисна (аналітична).

В рамках інтегрованої інформаційної системи управління сталим розвитком підприємства симбіоз функціональних завдань обліку та аналізу забезпечує створення та отримання якісно нового рівня релевантної обліково-аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень та контролю їх виконання. Процес її формування орієнтований на реалізацію наступних організаційних процедур:

- збір та первинна оцінка інформації на достовірність та відповідність;
- обробка та накопичення інформації в різних розрізах;
- оцінка, аналіз та узагальнення інформації;
- моделювання, прогнозування та підготовка інформаційних та аналітичних повідомлень у межах поточного інформування суб'єктів управління;
- прийняття управлінських рішень [1].

Логіка визначених процедур свідчить про те, що формування обліково-аналітичної інформації за результатами діяльності підприємства забезпечують підсистеми обліку, аналізу та контролю. Інтегрований підхід до її формування дозволяє своєчасно ознайомитись з первинною інформацією та здійснити контроль її достовірності, вчасно виявити проблемні ситуації, здійснити прогноз розвитку подій, сформувані всебічні обґрунтовані висновки та пропозиції, розробити управлінські рішення щодо активізації економічної діяльності та контролювати їх виконання. Крім того, сприяє підвищенню якості системи обліково-аналітичного забезпечення управління розвитком підприємства, яка орієнтована на задоволення інформаційних потреб усіх рівнів менеджменту.

Знання інформаційних потреб, у свою чергу, дозволяє виявити канали взаємодії інтегрованої інформаційної системи та її функціональних підсистем із системою управління розвитком підприємства та оптимізувати вертикальні інформаційні потоки даних для прийняття управлінських рішень, а саме: низхідний потік вказівок та вимог до формування обліково-аналітичної інформації, необхідної для цілей управління, та висхідний потік обліково-аналітичної інформації як ресурсу, готового до використання для цілей управління.

Отже, обліково-аналітична інформація формується в інтегрованій інформаційній системі підприємства згідно визначених організаційних етапів, і є основою для визначення напрямів досягнення цілей сталого розвитку.

Інформаційні джерела

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

ОБЛІК ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ЗЕРНА ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ ТА АНАЛІЗ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ

Мазур О.С., здоб., ОС «магістр»

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

Облік і контроль витрат діяльності с/г підприємств потребує врахування багатьох факторів та особливостей та є одним з найбільш вагомих напрямів облікового процесу. Методологічні засади щодо систематизації в бухгалтерському обліку інформації про витрати с/г підприємства, а саме про їх визнання, оцінку та порядок відображення в обліку визначаються у П(С)БО 16 «Витрати» та у П(С)БО 30 «Біологічні активи».

Посилення конкуренції, розвиток науково-технічного прогресу, мінливі потреби користувачів посилюють роль здійснення контролю за обліком витрат в сільськогосподарській галузі, який забезпечить правдивість відображення в обліку та звітності даних необхідних для прийняття виважених управлінських рішень.

Об'єктом дослідження було обрано агропідприємство сферою діяльності якого є сільське господарство, а саме рослинництво (виращування пшениці озимої, ячменю, кукурудзи на зерно, сої, соняшника та насінневого матеріалу), що склало більшість в загальному обсязі реалізованої продукції.

Проаналізували результати діяльності підприємства можна зробити висновки, що важливим фактором від якого залежить діяльність підприємства, є земельні угіддя. За розмірами загальної земельної площі підприємство є середнім в порівнянні з підприємствами району і області.

Виробництво озимої пшениці протягом періоду дослідження прибуткове, але у 2021 році сума прибутку від реалізації була

мінімальною (у порівнянні з минулими роками). Урожайність культури зменшилась, собівартість зросла, витрати виробництва теж. Окрім того, посівна площа культури теж скорочується, особливо відчутно це було у 2021 році. Так, зокрема, урожайність культури була вищою у 2020 році та становила 27 ц/га, проти 15,6 ц/га у 2021 році. Аналіз динаміки урожайності за 10 років показав, що пік її росту – у 2016 році з показником 39,7 ц/га. До цього, з 2012 до 2013 року спостерігається незначне зменшення, а потім зростання з 2014 до 2016 року, і знову зниження – до 2021 року, коли було зафіксовано її найменше значення 15,6 ц/га (рис. 1).

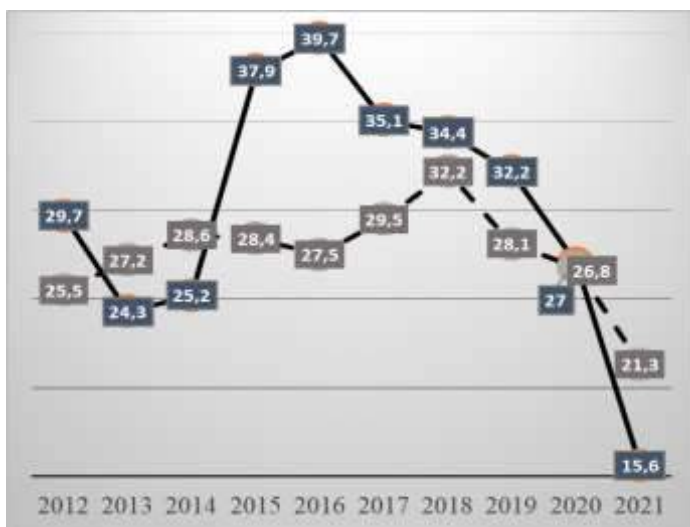


Рис. 1. Динаміка урожайності озимої пшениці

Підвищення фінансових результатів діяльності є мінімальна кількість витрат. Такого результату можна досягти проводячи оновлення основних фондів, знижуючи собівартість продукції, мінімізувавши витрати, що не є витратами першої необхідності ДП ДГ «Елітне» веде облік витрат відповідно до встановлених внутрішніх нормативів та законодавчих актів.

Облік в бухгалтерії повністю автоматизований та ведеться за допомогою програми 1С: Підприємство 8.3 та допоміжних програм для обліку пального ІАЗС, списання пального КРОПЮ. Автоматизована система дозволяє на підставі формування первинних документів накопичувати необхідну інформації в розрізі аналітичних та синтетичних регістрів. Аналітичний облік витрат ведеться за видами продукції, що

випускається, а саме соя, соняшник, кукурудза, гібридна кукурудза, озима пшениця, однорічні та багаторічні трави.

Синтетичний облік витрат діяльності бухгалтерія підприємство здійснює відповідно до типового Плану рахунків з урахуванням специфіки діяльності сільського господарства.

Контроль на агрофірмі здійснюється внутрішній шляхом проведення інвентаризації та систематичної перевірки та зовнішній. При дослідженні порядку обліку та контролю витрат в ДП ДГ «Елітне» було виявлено ряд недоліків, зокрема щодо накопичення та подальшого розподілу загальновиробничих витрат, механізмів формування аналітичних відомостей тощо. Для удосконалення обліку загальновиробничих витрат було запропоновано внести деякі зміни в механізми подальшого розподілу загальновиробничих витрат, які забезпечуватимуть ефективність управління витратами.

На нашу думку, розподіл загальновиробничих витрат доцільно здійснювати пропорційно до загальної суми прямих витрат. Це дасть змогу більш раціонально розподілити витрати та віднести більшу частку загальновиробничих витрат до тих культур які в реалії і обумовили понесення цих витрат.

Зважаючи на специфіку діяльності вагоме значення при організації обліку та контролю витрат виробництва має накопичення інформації щодо рівня витрат за етапами технологічного процесу. Досягти цього можна розподілом затрат не тільки по культурах, а по сівозмінних в розрізі полів та культур, з переліком статей витрат.

Враховуючи це запропоновано здійснювати облік по кожному полю та по окремій культурі, від передпосівних робіт, внесення ЗЗР та добрив. Це дасть можливість розпланувати витрати, проаналізувати їх та розробити правильні управлінські рішення в доцільності використання сівозміни, поля, культури на цьому полі.

Для подальшої оптимізації аспектів організації обліку витрат було запропоновано ввести в штат посаду аудитора та визначено механізм проведення внутрішнього контролю. Таким чином, запровадження в практику зазначених рекомендацій дасть змогу покращити систему обліку витрат в агрофірмі та сприятиме підвищенню ефективності її діяльності в цілому.

Інформаційні джерела

1. Герасименко Ю.С., В.О. Велієва Екологічно безпечне виробництво органічної продукції. Наукові перспективи. 2023. №5(35). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/4885/4912>

2. Velieva V. Kovalevska N., Ostapenko R. Economic education in ensuring sustainable development. Integration vectors of sustainable development: economic, social

and technological aspects: collective monograph. The University of Technology in Katowice Press.2023. 265-274 pp. URL: 4590eced55c10da0a688c59d48eb7512.pdf

3. Kashchena N., Nesterenko I. Digitalization of environmental safety management as a tool for ensuring sustainable development. Integration vectors of sustainable development: economic, social and technological aspects: collective monograph. The University of Technology in Katowice Press, 2023. С. 109-122. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/27313>

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДРЯДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ, ЩО ВИКОНУЮТЬ БУДІВЕЛЬНО-МОНТАЖНІ РОБОТИ

Малиновська П.Б., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Єремян**
Херсонський національний технічний університет

Ключову роль у стимулюванні економіки відіграє будівельна галузь, адже вона забезпечує якісне соціально-економічне середовище для існування людей, створює умови для збільшення кількості зайнятих працівників та функціонування суб'єктів господарювання.

Згідно Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 18 «Будівельні контракти» будівництво – це спорудження нового об'єкта, реконструкція, розширення, добудова, реставрація і ремонт об'єктів, виконання монтажних робіт [1]. Це Положення також регулює основні принципи обліку будівельних робіт, що виконуються підрядним способом та дає визначення, що підрядником вважається юридична особа, яка укладає будівельний контракт на виконання монтажних робіт об'єкта. Підрядник зобов'язаний виконати роботу згідно контракту зі своїх матеріалів і своїми засобами, якщо інше не встановлене договором. Якщо будівельно-монтажні роботи виконуються повністю або частково з матеріалів замовника, підрядна організація відповідає за збереження та якісне використання цих матеріалів. Монтаж обладнання має свої особливості, а саме специфічність предмету праці, особливість робочого процесу, різноманітність видів обладнання тощо. Кожен монтажний об'єкт має власний кошторис та є об'єктом обліку будівельно-монтажних робіт.

До витрат за будівельним контрактом відносяться витрати того періоду, впродовж якого їх було зроблено. Матеріальними витратами підприємства-підрядника є вартість використаних матеріалів, сировини, деталей, конструкцій. Ці матеріальні цінності є запасами підприємства та обліковуються на всіх субрахунках рахунка 20 «Виробничі запаси», окрім субрахунка 205, який призначений для

замовників, та на рахунку 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети». Всі матеріали включаються до собівартості будівельно-монтажних робіт за первісною вартістю, що формується відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [2].

Для обліку руху матеріалів використовують первинні документи, що наведені в таблиці 1.1.

Якщо будівельно-монтажні роботи виконуються з матеріалів замовника, то такі матеріальні цінності передаються підряднику за Актом приймання-передачі, у якому відображають їх вартість.

Таблиця 1 – Первинні документи для обліку руху матеріалів на підприємстві

Облік руху матеріалів	Форми первинних документів
Надходження матеріалів	Форми № М-4 «Прибутковий ордер», М-7 «Акт про прийняття матеріалів», М-11 «Накладна-вимога на відпуск (внутрішнє переміщення) матеріалів».
Внутрішнє переміщення матеріалів	Форми № М-8 «Лімітно-забірна картка», М-9 «Лімітно-забірна картка», М-10 «Акт-вимога на заміну (додатковий відпуск) матеріалів»
Рух малоцінних та швидкозношуваних предметів	Форми № МШ-2 «Картка обліку МШП», МШ-4 «Акт вибуття МШП», МШ-5 «Акт на списання інструментів (пристосувань) та обмін на придатні», МШ-6 «Особиста картка № _ обліку спецодягу, спецвзуття і захисних засобів», МШ-8 «Акт на списання МШП».

Для списання використаних матеріалів підрядник складає Акт про використання матеріалів. Для повернення замовнику залишків невикористаних матеріалів підрядник повинен оформити також Акт приймання-передачі довільної форми.

У бухгалтерському обліку отримані від замовника матеріали підрядник обліковує на забалансовому субрахунку 021 «Обладнання, прийняте для монтажу» рахунка 02 «Активи на відповідальному зберіганні» [3]. Витрати по експлуатації будівельних машин і механізмів, попередньо зібрані на рахунку 91 "Загальновиробничі витрати", списуються з кредиту цього рахунка за дебетом рахунка 23 і розподіляються між об'єктами будівництва пропорційно відпрацьованій на них кількості машино-змін. Розподіл здійснюється в спеціальному розділі відповідного журналу-ордеру. Адміністративні витрати

обліковуються на збірно-розподільчому рахунку 92 «Адміністративні витрати», за дебетом якого відображається сума визнаних адміністративних витрат, а за кредитом – списання на рахунок 791 «Фінансові результати від операційної діяльності». Витрати на оплату праці і відповідні відрахування на соціальні заходи включаються до складу собівартості будівельно-монтажних робіт на підставі первинних документів. Обчислюються такі витрати згідно із системами та формами оплати праці, які застосовуються в підрядній організації. У бухгалтерському обліку такі витрати відображаються за дебетом рахунку 23 «Виробництво» і за кредитом рахунків 66 «Розрахунки за виплатами працівникам», 65 «Розрахунки за страхуванням». Витрати на виконання будівельно-монтажних робіт обліковуються на рахунку 23 «Виробництво», за дебетом якого формується собівартість. Списується собівартість будівельно-монтажних робіт, що здані замовнику, на субрахунок 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг». Якщо замовник проводить оплату підряднику щомісячно, тоді сальдо по рахунку 23 «Виробництво» буде відсутнім. Якщо будівельно-монтажні роботи проводяться під авторським наглядом підрядника, тоді витрати по здійснених роботах відображають в складі незавершеного будівельного виробництва до здачі такого об'єкта замовнику.

Отже, правильно обґрунтоване формування та відображення в обліку витрат, які входять до складу собівартості будівельно-монтажних робіт, дозволить якісно контролювати їх рівень та не допускати перевитрат. Це відіграє важливу роль у розвитку не тільки окремої підрядної організації, а й всієї будівельної індустрії країни.

Інформаційні джерела

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 18 «Будівельні контракти» : Наказ Міністерства фінансів України від 28 квітня 2001 року № 205. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/REG5624?an=96>

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 790. Дата оновлення: 01.01.2023, URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>

3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. Дата оновлення: 29.07.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>

4. Методичні рекомендації з формування собівартості будівельно-монтажних робіт : Наказ Міністерства регіонального розвитку та будівництва України від 31 грудня 2010 року № 573. Дата оновлення: 01.04.2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0573738-10#Text>

ВІЗУАЛЬНА АНАЛІТИКА – ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Маляр А.В., здоб ОС «бакалавр»

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

Сучасне суспільство неможливо уявити без техніки. Ми використовуємо гаджети різного призначення, спрямовані на поліпшення сприйняття інформації, що нам надходить. Ми те покоління людей, що не може уявити своє життя без інтернету.

За допомогою сайтів ми черпаємо інформацію яка нам необхідна для навчання, роботи та іншого. Постійний пошук інформації дає можливість розробникам сайтів моніторити аудиторію яка користується даним ресурсом. Завдяки моніторингу дій, що відбуваються на даному веб-ресурсі можна поліпшувати його роботу, оптимізувати його та залучати більшу цільову аудиторію. Відслідковувати джерело трафіку, час коли найбільш використовують даний ресурс, як довго перебувають на сайті та на що найбільше витрачають гроші споживачі. Якщо дуже прискіпливо відстежувати поведінку споживачів по вище перерахованим пунктам, то можна вибудувати ефективну маркетингову стратегію.

Виявивши недоліки ресурсу можна швидше налагодити його ефективне використання. Компанії продукцією яких цікавляться споживачі, зможуть ефективніше продавати свій товар, бо вже мають дані скільки б приблизно їм вдалося реалізувати своєї продукції за певний час і певним категоріям споживачів. Тому дані, які отримані за допомогою аналітики сайтів є достовірнішими ніж ті, які можна отримати від опитування користувачів, так як вони засновані на реальних діях, а не на пустих словах.

Різна вікова категорія має різні потреби в продукції, товарах та послугах. Для прикладу можна взяти людину, яка переглядає в інтернеті побутову техніку, то і реклама яку вона буде бачити в себе в гаджеті буде відповідати поставленому запиту.

В залежності від характеристик вивчення аналітичних даних можна використовувати класичну та наскрізну аналітику. Класична аналітика дає нам інформацію про сайт. Можна використовувати лог-аналізатор для отримання та зберігання даних з відвідування. Наскрізна допомагає відстежити повний маршрут дій, від першого кліку, до покупки товару. Завдяки наскрізній аналітиці можна знайти найкращі оголошення та канали надходження відвідувачів.

З розвитком бізнесу розвивається і конкурентоспроможність і для кращої реалізації товарів, потрібно більше приділяти аналітичній роботі. Одним з найпоширеніших засобів за допомогою якого можна відстежити поведінку відвідувачів є Google analytics. Це безкоштовний інтернет сервіс, що дає можливість отримання детальної статистики відвідувачів веб-сайтів. Там є код відстеження, який дає можливість відстежити скільки разів відкривалася сторінка, а ще показує ефективність роботи компанії та маркетингової діяльності. Ключовим аналітичним інструментом Google analytics є візуалізація даних. Звіт являє собою графічне представлення показників обраних користувачем і дозволяє порівнювати трафік з різних джерел і на фоні зібраних даних можна показати ефективність ведення сайту.

Не можна зупиняти свою увагу тільки на цьому сервісі, бо наприклад через 5-10 років цей сайт може стати неактуальним. Треба брати до уваги аналоги які представленні на ринку . Без правильного налаштування аналітичні проекти втрачають приблизно 25-30 % свого доходу.

Для прикладу можна взяти аналог GA програму-Woorra. Ця програма створена для забезпечення потреб бізнесу в аналітичному сервісі, який можна відслідкувати в реальному часі. Є чотири основні етапи шляху клієнта, тенденції утримання, та сегментація користувачів. Таким чином використовуючи ці етапи можна визначити шлях клієнта і зрозуміти як між собою співвідносяться ці етапи . З впевненістю можна рекомендувати Woorra як аналог Google analytics. Є як і безкоштовні так і про-версії.

Не можна залишити поза увагою Matomo яка є також аналогом Google analytics. Вона орієнтована на конфіденціальність згідно до законів GDPR та CCPA, і пропонує записи сеансів за пошуковими словами. Імпорт всіх даних з GA, спрощує перехід на нову платформу .

Clicly-аналітична програма, що не поступає по своїм функціям провідним програмам. Користувачам пропонується аналітика трафіка в реальному часі, перегляд кожного відвідувача окремо, аналіз зворотніх посилань, простий інтерфейс, видалення спаму та ботів, для того аби отримати найбільш точної інформації.

Можна також сказати і про Heap, що має зрозумілий інтерфейс та широкий функціонал, що дає більше даних ніж для прикладу взяти Google analytics. Вона дає розширене сегментування даних та створення звітів, теплові карти та записи сеансів, що робить роботу маркетологів більш зручнішою. Є платформа, яка пропонує оптимізацію заголовків, тестування зображень, та дає рекомендації для покращення текстів.

Варгість користування встановлюється індивідуально в залежності від потреб компанії. Інформацію ,щодо того,які компанії відвідують веб-сайт і не залишають жодних контактів ,це можуть бути конкуренти , на цьому фоні можна зробити більш цільові та персоналізовані комерційні пропозиції використовуючи -Leadfeeder. Більш конфіденційним аналогом Google analytics - є Fathom. Показує кількісні дані в єдиній панелі інструментів, користувачів перегляди сторінок ,середній час сеансів, показники відмов, інформацію про аудиторію, виконання відвідувачами своїх цілей. Крім того цей сервіс може обходити блокувальників реклами, що дозволяє отримати більше даних. Він є оптимальним для невеликих компаній.

Аналіз сайту в залежності від розмірів, може зайняти один день, а може і кілька місяців, або навіть постійно ,тому що певні аспекти сайтів потрібно постійно перевіряти та стежити за ними якомога довше. Веб аналітика допоможе в розподілі рекламного бюджету. Якщо позбутися тих сайтів, які отримують гроші і дають негативний результат, то купивши додаткові посилання на сайтах, які дають приплив цільових відвідувачів ,то можна зробити проект успішнішим. Не треба ніколи зупинятися на окремому веб ресурсі, треба їхнє використання скомбінувати щоб отримати якомога більше потенційних користувачів та покупців.

Інформаційні джерела

1. Хамініч С.Ю., Горбатко О.С., Сучасні тенденції розвитку реклами в Україні. URL: <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/54.pdf> .

2. Сологуб О.П., Капінус Л.В., Оцінка ефективності інтернетреклами. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/4732>

3.Равікович І. Оцінка ефективності впровадження інструментів Інтернет-маркетингу в діяльності торгового підприємства [Електронний ресурс]. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2015/No5/161.pdf>

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА ВІВСА

Мірошниченко В.В. здоб., ОС «магістр»

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

Овес вважається найбільш розповсюдженою зерною культурою всебічного використання. Зерно вівса є цінною кормовою, продовольчою і технічною культурою. Овес використовується на фуражні цілі (для годівлі свиней, великої рогатої худоби і птиці), є

сировиною для виробництва круп, пластівців, борошна, кавових напоїв.

Перші згадки про культуру вівса знаходимо в записях грецького лікаря Діейхіса, який жив у IV віці до нашої ери. В творах грецького філософа Теофраста (370-285 роки до нашої ери) згадується овес як лікарська рослина.

В творах Плінія (79-23 роки до нашої ери) вперше говориться про овес як культуру германців. Колумелла, сучасник Плінія, писав, що овес вирощувався в ті часи не тільки на зерно, але й на зелений корм. У древніх германців до V-VI століття нашої ери овес був основною продовольчою рослиною.

На території України та Прибалтики овес введений в культуру значно пізніше, ніж в Західній Європі. Згідно з археологічними даними, в Латвії він був відомий в V столітті нашої ери, а обвуглені зернівки були знайдені при розкопках в Старій Ладозі та відносяться до VII століття нашої ери.

Овес пройшов дуже довгий шлях від первинних примітивних форм до сучасних сортів високої культури землеробства.

Виробництво сільськогосподарських культур забезпечує продовольчу безпеку нашої країни. Серед круп'яних просо не займає перші місця за популярністю серед аграріїв. Але, з роками простежується тенденція до поширення цієї культури.

У ТОВ «Агротон» теж спостерігається загальна тенденція до збільшення виробництва проса. У 2021 році підвищилась урожайність проса в кілька разів.

До речі, ТОВ «Агротон» – це відоме сільськогосподарське підприємство в Україні та за її межами, що займається виробництвом виключно продукції рослинництва (майже 100 %). Основними культурами, що вирощується є озима пшениця та соняшник. Частка інших культур у структурі незначна.

Підприємство є середнім за розмірами з незмінною площею земельних угідь 1819 га. Чисельність працівників у 2021 році стала на 4 особи меншою, ніж у 2020 році.

У 2021 році в результаті своєї діяльності підприємство отримувало прибуток, хоча у 2019 році був зафіксований збиток. За показниками платоспроможності, ліквідності балансу підприємство має певні проблеми з погашенням заборгованості.

Бухгалтерський облік у підприємстві налагоджений. Застосовується автоматизована форма ведення бухгалтерського обліку. Порушень у роботі бухгалтерської служби виявлено не було.

Програмне забезпечення сучасне, постійно оновлюється, на підприємстві цьому приділяється особлива увага.

Основний економічний ефект це отримання максимального прибутку. Звичайно, на рівень прибутку впливає також ціна, кількість реалізованої продукції, але витрати на виробництво, на нашу думку, є основним фактором впливу на кінцевий результат.

Виробнича собівартість 1 ц вівса у 2021 році була найнижчою у динаміці за 2016-2021 рр. та склала 527,08 грн за ц. До речі, починаючи з 2016 році виробнича собівартість 1 ц вівса щорічно стабільно підвищувалась, і тільки у 2021 році відмічається її зниження більш, ніж у 2 рази з 1219,51 грн за у до 527,08 грн за 1 ц.

Можемо припустити, що між зниженням витрат на виробництво та зростанням урожайності існує прямий зв'язок. Підприємству слід продовжувати курс на підвищення урожайності та зниження витрат на виробництво, що матиме в перспективі максимальний позитивний ефект.

Виробництво вівса можна вважати прибутковим, хоча отримана сума прибутку від реалізації незначна. У 2021 році значно зросла урожайність, що вплинуло на зниження його собівартості майже на 294 тис. грн. у порівнянні з 2020 роком. Щодо прибутку від реалізації, то низькою у 2021 році була ціна, що призвела до скорочення прибутку.

Детальніше по 2021 року – обсяг реалізованого вівса зріс на 120 ц, собівартість знизилась на 136,8 грн/ц, середня ціна реалізації зменшилась на 416,7 грн/ц. Тобто, основна причина зменшення прибутку від реалізації вівса – суттєве зниження ціни з 585,4 грн/ц до 168,7 грн/ц. Можемо припустити, що у 2021 пропозиція вівса була значною, що призвело до зниження прибутку від реалізації, пропозиція перевищувала попит. Ще однією причиною може бути зниження якості реалізованої продукції, класності просу. Можливо, у 2020 році реалізовувався овес вищої якості, що і впливало на ціну.

В цілому, діяльність підприємства у 2021 році можна вважати ефективною. Пропонуємо звернути увагу на погіршення показників платоспроможності, ліквідності, своєчасно проводити розрахунки з дебіторами.

Щодо перспективності виробництва вівса, то можемо запропонувати: підвищити якість продукції, оновити насінневу базу, розширити ринки збуту, бо виникають запитання до низької ціни реалізації у 2021 році. Витрати на виробництво у 2021 році майже у 2,5 рази скоротились – за рахунок економії практично за всіма складовими елементами. Підвищення урожайності мало ряд позитивних зрушень

на загальні показники ефективності виробництва вівса. Тому, варто і надалі використовувати цей досвід.

Інформаційні джерела

1. Герасименко Ю.С., В.О. Велієва Екологічно безпечне виробництво органічної продукції. Наукові перспективи. 2023. №5(35). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/4885/4912> (дата звернення 10.09.2023).

2. Velieva V. Kovalevska N., Ostapenko R. Economic education in ensuring sustainable development. Integration vectors of sustainable development: economic, social and technological aspects: collective monograph. The University of Technology in Katowice Press.2023. 265-274 pp. URL:

3. Герасименко Ю.С., В.О. Велієва, Остапенко Р.М. Стратегічні напрями формування механізму державного стимулювання розвитку екологічно орієнтованого агробізнесу. Проблеми економіки. 2020. № 4 (46). С. 364-375. URL: https://www.problecon.com/article/?year=2020&abstract=2020_4_0_364_375&lang=ua.

4. D. Shyian, Y. Herasymenko, N. Ulianchenko, V. Velieva, I. Kotelnikova Household income as a factor forming potential demand on the market of organic products Agricultural and Resource Economics : International Scientific E-Journal. 2021. Vol. 7(4). – P. 100-114. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26860>

5. Iryna Koshkald, Oleksandr Kniaz, Alona Ryasnyanska, Viktoriya Velieva Motivation Mechanism for Stimulating the Labor Potential. URL: <https://doi.org/10.5430/rwe.v11n4p53>.

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Мужиков І.О., здоб. ОС «магістр»

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

Значну частку всіх активів підприємства становлять оборотні активи. Від ефективного управління ними великою мірою залежить підприємницька активність господарського об'єкта. Ринкова економіка не залишає шансів на процвітання підприємствам за недостатньої уваги до ефективності використання оборотних активів. Зазвичай недоліки управління оборотними активами виражаються у нецільовому використанні оборотних засобів; необгрунтоване відволікання їх із процесу виробництва та звернення; недостатньо ефективному виборі постачальників, підрядників та споживачів.

Визначальною ознакою для віднесення активів до оборотних є час перетворення їх в засіб платежу, тобто ступінь ліквідності і термін використання не більше року. До складу оборотних активів підприємства входять оборотні кошти і короткострокові фінансові вкладення. Оборотні кошти являють собою сукупність коштів, авансованих на покриття поточних витрат організації, пов'язаних з виробництвом продукції, а короткострокові фінансові вкладення здійснюються в процесі фінансової діяльності організації. [1, с.97].

У процесі виробництва відбувається постійна трансформації окремих елементів оборотних активів з одного виду в інший. Підприємство купує сировину і матеріали, виробляє продукцію, потім продає її, в результаті чого утворюється дебіторська заборгованість, яка через деякий проміжок часу перетворюється в грошові кошти. Наочно кругообіг коштів представлений на рис. 1. [2, с.23]



Рис. 1. Кругообіг оборотних активів підприємства

Джерело: складено автором за даними джерел: [1-2]

На першій стадії підприємство на грошові кошти здобуває необхідні виробничі запаси, при цьому обігові кошти з грошової форми переходять в товарну форму, а грошові кошти зі сфери обігу переходять в сферу виробництва. На другій стадії виробничі запаси потрапляють у виробництво і, пройшовши форму незавершеного виробництва і напівфабрикатів, перетворюються в готову продукцію, внаслідок чого оборотний капітал переходить з виробничої форми в

товарну. На третій стадії відбувається реалізація готової продукції, і оборотний капітал з товарної форми переходить у грошову форму.

Таким чином, оборотні активи створюють матеріально - технічну базу підприємства, необхідну для досягнення поставлених цілей організації. Вони повністю використовуються в процесі виробництва, змінюючи натурально-речову форму і повністю переносячи свою вартість на нову продукцію, яка виготовляється. Структура оборотних активів залежить як від сфери діяльності підприємства, так і від індивідуальних особливостей організації виробництва і реалізації продукції.

Скорочення суми оборотних коштів тягне за собою недостатність виробничих запасів та зниження якості вихідної сировини, з іншого боку, занадто велика сума оборотних активів неминуче тягне за собою нестійкість фінансового становища, оскільки їхнє фінансування традиційно здійснюється за рахунок банківських кредитів. Заморожування оборотних засобів у будь-якому вигляді або завищені складські запаси сировини та готової продукції, може спричинити тимчасове зупинення виробництва [3, с. 34-35].

Неграмотне керування оборотними активами завжди призводить до того, що ефективність їх використання знижується. Низький рівень ефективності управління дебіторською та кредиторською заборгованістю; мінімальна ефективність системи кредитування оборотних активів; слабка підготовка фінансових керуючих підприємств – всі ці чинники значно знижують ефективність використання оборотних активів. На тлі недостатньої ліквідності та зростання процентних ставок за користування кредитом неминуче підвищується собівартість готової продукції, робіт, послуг, знижується сума прибутку.

Визначення потреби в оборотних коштах на підприємстві має бути пов'язане з кошторисом витрат та виробничою програмою, тобто планом виробництва, в якому слід обґрунтовувати випуск певних видів продукції у відповідній кількості та у конкретні терміни. На сьогоднішній день проблеми оцінки ефективності використання оборотних активів залишаються досить актуальними. Оборотний капітал та політика щодо управління оборотними активами необхідна з точки зору безперервності та ефективності поточної виробничо-господарської діяльності підприємства. Загалом управління оборотним капіталом передбачає оптимізацію їх суми, структури та величин його компонентів.

У сучасних умовах для власників, покупців, продавців, інвесторів і керівництва підприємств грамотна оцінка ефективності

використання оборотних активів стає одним із факторів підвищення конкурентоспроможності. Роль та призначення оцінки, методика її проведення на різних етапах життєвого циклу продукції та підприємства мають свої специфічні особливості [4].

У процесі реформування української системи бухгалтерської звітності з'являються нові підходи до оцінок ефективності використання оборотних активів, які дозволяють виділяти різні методи управління оборотними активами.

Досить часто в практиці оцінки виявляються активи, які виводяться з обігу внаслідок навмисного банкрутства суб'єкта господарювання, що дозволяє робити висновки про значущість дослідження проблем контролю управління оборотними активами з подальшим виділенням необхідності вдосконалення механізму їх аналізу.

Оборотні активи загалом є, мабуть, одним із найголовніших ресурсів для підвищення ефективності використання потенціалу підприємства. Схематично склад та структура оборотних активів представлена на рис. 2.

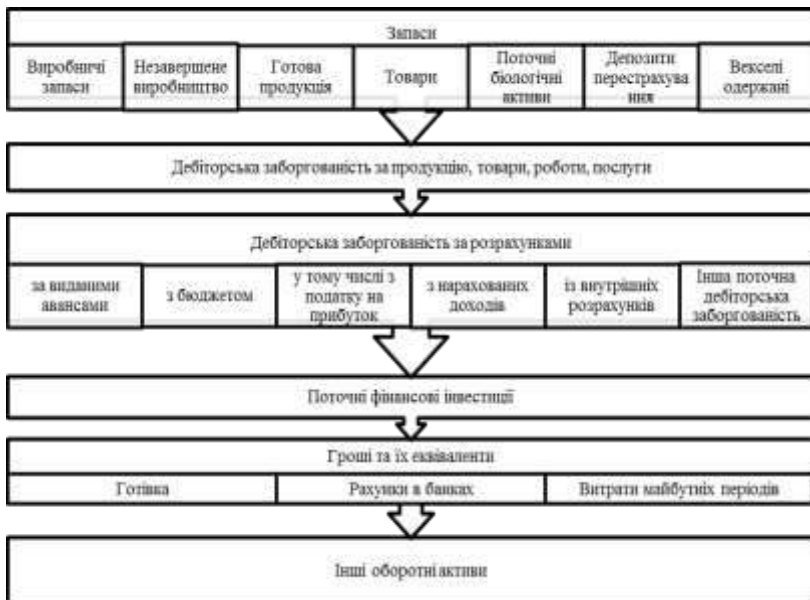


Рис. 2. Структура оборотних активів підприємства

Джерело: складено автором за даними джерел: [3-4]

Достатній обсяг і оптимальна структура при формуванні оборотного капіталу мають велике значення для забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності, як наслідок, достатнього прибутку та рентабельності підприємства. З метою підвищення ефективності фінансового управління рекомендується мати власний капітал як фінансове джерело певної частини оборотних активів. Решта оборотних активів зазвичай створюється за рахунок залучення позикових коштів: банківських кредитів, позик, кредиторської заборгованості тощо.

При аналізі ефективності управління оборотними активами особливе значення приділяється їхній оборотності або швидкості обороту. Показники оборотності деяких джерелах називають показниками ділової активності, і з них оцінюють ефективності управлінського персоналу. Ці показники розраховуються у вигляді коефіцієнтів, що відображають кількість оборотів, пройдених активами. Показники оборотності характеризують ефективність застосування оборотних активів та визначаються за кожною статтею розділу «Оборотні активи» бухгалтерського балансу та за його підсумком. Додатково слід оцінити ефективність управління оборотними активами за середньою тривалістю їхнього обороту, тобто днями [5].

Також з метою аналізу ефективності слід розподілити всі оборотні активи за категоріями ризику. Ступінь ризику корелюється з ліквідністю і може бути визначений через групи ліквідності. Чим більше коштів вкладено в активи, що потрапили в групу найвищого ризику, тим нижча ліквідність підприємства. Згруповані оборотні кошти представлені на рис. 3

Мінімального ризику	• Готівкові кошти, легко реалізовані короткострокові цінні папери
Малого ризику	• Дебиторська заборгованість покупців з нормальним фінансовим становищем, запаси (за винятком прострочених) та готова продукція, що користується попитом
Середнього ризику	• Готова продукція, підготовлена до продажу, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів
Високого ризику	• Дебиторська заборгованість покупців, які перебувають у тяжкому фінансовому становищі, запаси готової продукції, яка виїхала з країни, запаси сировини та матеріалів, які довго лежать на складі та інші неліквідні

Рис. 3. Групування оборотних активів за категоріями ризику

Джерело: складено автором за даними джерела [6, с. 124-125]

Важливим моментом управління оборотним капіталом слід зазначити те що, що кон'юнктура ринку постійно змінюється, тому потреби підприємства у оборотних активах теж волатильні. Зростаючі потреби в оборотних коштах при зростанні попиту на продукцію, що виробляється, складно покривати завжди за рахунок власних джерел фінансування. Досвід показує, що здебільшого ефективність використання позикових коштів виявляється вищою, ніж власних. Таким чином, балансування на межі ефективності та фінансової стійкості при залученні кредитних ресурсів стає досить важливою проблемою управління оборотними активами сучасних промислових підприємств.

Отож нам би хотілося від себе запропонувати наступні рекомендації щодо управління оборотними активами для до керівництва вітчизняних підприємств:

1. Для підвищення ефективності обороту дебіторської заборгованості керівництву рекомендується встановити граничнодопустимі дати для сплати кредитів клієнтами та слідкувати за їх вчасною оплатою.

2. Для збільшення загальної оборотності активів та використання активів для збільшення продажів керівництву підприємств рекомендується скоротити дебіторську заборгованість у складі оборотних коштів.

Інформаційні джерела

1. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент: підручник. Київ. нац. ун т ім. Т. Шевченка. -2 ге вид., Стер. К.: Знання, 2013. - 375 с

2. Єпіфанова І.Ю. Фінансовий аналіз та звітність: практикум І.Ю. Єпіфанова, В.В. Дзеджула. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.

3. Косова Т. Д., Роганова Г. О. Фінансовий механізм управління оборотними коштами підприємств : монографія. ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського: Світ фінансів, 2013. 232 с.

4. Петченко М. В. Методичний підхід до адаптивного управління оборотними коштами підприємств машинобудування. Ефективна економіка. 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5850>

5. Насібова О. В., Придатченко Б. Ю. Теоретичні аспекти оптимізації оборотних коштів підприємства. Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство: Гроші, фінанси і кредит. 2018. Випуск 18. С. 794–802.

Кашена Н. Б., Чміль, Г. Л., Костинська М. В. Організаційно-інформаційна модель аналізу оборотних активів в контексті забезпечення стійкого розвитку підприємства. Information aspects of socio-economic systems' development: monograph. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2016. P. 366-374. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/23863>

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ВОЄННОГО СТАНУ

Олійник А.В., здоб. ОС «магістр»

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

Зовнішньоекономічна діяльність завжди відігравала важливу роль в економіці країни. Налагоджені економічних зв'язки, як на рівні держави, так і між вітчизняними та зарубіжними підприємствами, є запорукою ефективного розвитку країни, який є можливим лише за умови здійснення інтеграційних процесів.

В залежності від рівня розвитку економіки конкретної країни, можна виділити декілька напрямів здійснення інтеграційних процесів, а саме: обмін науково-технічними досягненнями; купівля-продаж нематеріальних активів; експортно-імпортні операції з купівлі та продажу товарів, робіт, послуг; прямі інвестиції в підприємства різних галузей тощо.

На сьогодні міжнародна торгівля товарами та послугами відіграє вирішальну роль в економічному розвитку держави. Саме завдяки міжнародній торгівлі країни розширюють свої виробничі та споживчі можливості, отримують необхідні внутрішнім споживачам продукти, реалізують профіцит продукції, який не поглинається внутрішнім ринком, посилюють конкуренцію на світовому ринку [1].

Просування товарів українських підприємств на міжнародному ринку сприятиме підвищенню якості товарів, розширенню ринків збуту.

Як відомо, основним джерелом інформації про діяльність підприємства є дані бухгалтерського обліку, що є необхідним для підвищення ефективності управлінських рішень.

В умовах інтеграційного процесу воєнного часу проблема складності обліку та оподаткування експортно-імпортних операцій є дуже гострою. Розрахунки в сфері зовнішньої торгівлі з початком війни значно змінилися. Зовнішньо-торговельні операції стали одним із пріоритетних і зростаючих секторів української економіки [3].

Можна виділити декілька основних нормативно-правових документів, які регулюють здійснення експортно-імпортних операцій в сучасних умовах (табл. 1).

Таблиця 1 – Нормативно-правове регулювання експортно-імпортних операцій

№ з/п	Нормативний документ	Зміст
1	Постанова КМУ «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану» від 18.03.2022 № 14	передбачено спрощення здійснення господарської діяльності шляхом зменшення кількості документів дозвільного характеру під час воєнного стану
2	Постанова КМУ «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2022 рік» від 23.12.21 № 1424	врегульовано види товарів, що підлягають ліцензуванню та квотуванню при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності під час воєнного стану
3	Постанова КМУ «Деякі питання митного оформлення окремих товарів, що ввозяться на митну територію України у період дії воєнного стану» від 09.03.22 №236	в додатку до Постанови зазначено перелік імпортних товарів, щодо яких підприємці мають право відстрочити сплату митних платежів
4	Закон України від 30 червня 2023 року № 3219-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану»	визначено принципи оподаткування операції з ввезення на митну територію України та доставки на митну територію України товарів
5	Постанова НБУ «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану» від 24.02.22 № 18	скорочено термін розрахунків за експортно-імпортними операціями з 365 днів до 120 днів
6	Митний Кодекс України	визначено об'єкти оподаткування експортно-імпортних операцій
7	Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII (із змінами та доповненнями)	визначено основні аспекти здійснення зовнішньоекономічної діяльності в Україні, її види, принципи, особливості здійснення операцій з експорту та імпорту товарів у період дії воєнного стану
8	НП(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів»	встановлено правила визначення курсових різниць під час обліку розрахунків по експортно-імпортним операціях

Варто зазначити, що за останні роки відбулося чимало змін в нормативному регулюванні, в тому числі в тому, що стосується оподаткування. Уряд має намір «повернення» на довоєнну систему оподаткування, про що свідчить Інформаційний лист № 4/2023: «Повернення» на довоєнну систему оподаткування: особливості переходу» [2].

Основою обліку імпортно-експортних операцій є контракти, супровідні документи, ліцензії, митні, страхові, розрахунково-платіжні та претензійно-позовні документи.

Удосконалення документообігу підприємств зовнішньоекономічної діяльності передбачає реалізацію наступних напрямів:

а) ведення реєстрів і журналів забезпечення джерелами інформації про зовнішньоекономічну діяльність, що здійснюється організацією, з урахуванням їх поділу на основні види;

б) розкриття фінансових записів про завершення господарські операції та нефінансову

інформацію для створення основи щодо показників бухгалтерської звітності;

в) розкриття інформації у внутрішніх документах у валюті проведення операції.

Основою обліку є належне документальне оформлення. Так, що стосується обліку експортно-імпортних операцій, основними первинними документами є: ліцензії, угоди, митні декларації, страхові документи, розрахунково-платіжні документи, складські документи, товарно-транспортні документи, інші супровідні документи.

Окреслимо основні шляхи удосконалення документообігу підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю:

1) визначення в наказі про облікову політику принципів здійснення зовнішньоекономічної діяльності та розробка схеми документообігу;

2) ведення реєстрів і журналів експортно-імпортних операцій;

3) ведення обліку зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням поділу на основні види;

4) складання спеціальних відомостей, що сприятиме скороченню часу на формування та обробку первинних документів з обліку товарів, попередить можливість пропуску будь-якої інформації, а саме:

- з формування первісної вартості придбаних та реалізованих товарів;

- з оподаткування придбаних та реалізованих товарів;

5) розкриття інформації щодо здійснення операцій, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності, у внутрішніх документах підприємства у валюті їх проведення.

Крім того, для одержання власником підприємства повної та достовірної інформації, належну увагу доцільно приділити організації аналітичного обліку розрахунків з іноземними контрагентами, а також відображенню в обліку курсових різниць. Так, в Податковому кодексі України визначено основні правила визнання доходів від експортних операцій, формування витрат при імпорті товарів, визначення та особливості відображення в складі доходів та витрат курсових різниць.

Наявність відповідного нормативно-правового забезпечення, що відповідає реаліям сьогодення, сприятиме створенню сприятливих умов для вітчизняних підприємств при організації зовнішньоекономічної діяльності та розрахунках з іноземними контрагентами.

Інформаційні джерела

1.Бондаренко Н.М., Червонченко К.Е. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств в умовах глобалізації економіки. SOCIAL ECONOMICS, issue 59, 2020. С. 105-117.

2.Інформаційний лист № 4/2023: «Повернення» на довоєнну систему оподаткування: особливості переходу. URL : https://tax.gov.ua/data/material/000/578/694703/InfoList4_2023.pdf

3. Плекан М.В., Мартинюк В.П. Особливості обліку та оподаткування експортно-імпортних операцій в умовах війни. Економіка та суспільство. Випуск № 45 / 2022. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1932>

РОЛЬ ВІЗУАЛЬНОЇ АНАЛІТИКИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Прасол О.О., здоб. ОС «бакалавр»

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

Внаслідок досліджень взаємодії людини і комп'ютера, графіків, комп'ютерних наук, дизайну, психології та бізнес-методів з'явилася галузь візуалізації інформації. Все частіше вона застосовується як найважливіший компонент у наукових дослідженнях, цифрових бібліотеках, інтелектуального аналізу даних, фінансових даних аналізу, дослідження ринку, виробничого контролю. Візуалізація інформації має на меті створення підходів до передачі абстрактної інформації інтуїтивно зрозумілим способом.

Аналіз даних – невід’ємна частина всіх прикладних досліджень та вирішень проблем в економіці. Одним із базових підходів аналізу є візуалізація. Найпоширенішими способами візуалізації є графіки, діаграми, інфографіка, схеми, бізнес-аналітика, карти і картограми тощо. Візуалізація часто використовується у таких галузях та формах як статистика та звіти (для одночасної демонстрації даних за певний період), довідкова інформація (слугує додатком до основного тексту та наглядно демонструє те, про що йдеться в тексті), ілюстрації (повторюють або доповнюють те, що описано в тексті). Ці галузі, в яких використовується візуалізація є також одними з найбільш фундаментальних підходів аналізу даних. Візуальний аналіз даних залежить насамперед від пізнавальних навичок аналітика і дозволяє виявити неструктуровані інсайти, які обмежені лише людською фантазією та творчістю.

Аналітики повинні застосовувати низку методів для того, щоб вміти інтерпретувати візуалізацію даних [1, с. 73]. Візуалізація інформації є також схемою гіпотез, які можуть бути попередниками більш аналітичного або формального аналізу на зразок статистичних гіпотез. Саме тому обробка та аналіз великих обсягів структурованих і неструктурованих даних з метою поліпшення якості прийнятих бізнес-рішень зараз є однією з найбільш актуальних задач для провідних компаній.

Візуальна аналітика - це перспективна галузь, що швидко розвивається та поєднує у собі переваги графічної візуалізації з можливістю аналітичних обчислень при роботі з великими обсягами цифрової інформації. Візуалізація даних дозволяє виявити

закономірності, тенденції та кореляції, які в іншому випадку могли б залишитися непоміченими в традиційних звітах або таблицях. Графічне відображення інформації під час її обробки сприяє швидкості та точності її сприйняття, запам’ятовування, аналізу та прогнозування на тривалий період. К. Юнг, який ввів поняття «візуалізація», трактував визначення цього поняття як властивість людської свідомості створювати оптичні образи оточуючої дійсності, засновані на образному мисленні людини [2, с. 98]. У процесі дослідження проблеми візуалізації були сформульовані різні визначення цього феномену з уточненнями, які мають вагомий відмінності. Р. Андерсон, Ф. Бартлетт, Ч. Фолкер також трактують феномен візуалізації як процес перетворення інформації, сприйнятої через призму власної свідомості, у наочний образ. Візуалізація визначається як складова пізнавальної діяльності, яка реалізується у винесенні мислених образів з внутрішнього плану на зовнішній. У зазначеній концепції

першочерговим визначається аспект стихійного визначення форми мислених образів засобом механізму асоціативної проєкції. Фізіологічно, сприйняття візуальної інформації є основною для людини. Є численні дослідження, які підтверджують, що:

- 90% інформації людина сприймає через зір;
- 70% сенсорних рецепторів знаходяться в очах; близько половини нейронів головного мозку людини задіяні в обробці візуальної інформації;
- на 19% менше при роботі з візуальними даними використовується когнітивна функція мозку, що відповідає за обробку та аналіз інформації;
- на 17% вище продуктивність людини, що працює з візуальною інформацією;
- на 4,5% краще згадуються докладні деталі візуальної інформації;
- в 60 000 разів швидше сприймається візуальна інформація в порівнянні з текстовою [1, с. 136]

Також проаналізувавши деякі дослідження, можна сказати, що між 1985 та 1994 роками візуальних елементів у газетах стало на 142% більше, а у книгах кількість ілюстрацій та інших допоміжних засобів збільшилася з 1990 року на 400%. З 2007 року кількість візуальної інформації в інтернеті зросла на 9900 % [2, с. 52]. Ці цифри наочно демонструють те, що популярність візуальної інформації стрімко зростає. Окрім цього, візуалізація даних має ще кілька значних переваг: акцентування уваги на різних аспектах даних; аналіз великого набору даних зі складною структурою; зменшення інформаційного перевантаження людини і утримування його уваги; однозначність і ясність виведених даних; виділення взаємозв'язків і відносин, що містяться в інформації. Візуальне сприйняття відіграє важливу роль у повсякденному житті індивіда, допомагає в навчанні та спілкуванні з іншими людьми. І саме це сьогодні стає провідною ідеєю реформування галузі освіти, яке передбачає активне використання технологій візуалізації знань. На перший погляд здається, що сприйняття відбувається легко, але насправді за передбачуваною легкістю ховається складний процес [1, с. 149]. Розуміння того, як ми інтерпретуємо те, що бачимо, допомагає нам створювати візуальну інформацію. Особливістю сучасного суспільства є поступове поширення візуальних конструктів замість інтелектуальних.

На сьогоднішній день можна побачити спроби візуалізації будь-яких даних на основі різних програмних засобів. Деякі з них є безоплатними, а деякі потребують оплати. Достатньо поширеними

безоплатними програмами для візуалізації даних є: Tableau Public (інструмент візуалізації з графіками, діаграмами, картами та багатьма іншим, за допомогою якого можна легко завантажити інформацію до системи, а потім спостерігати за тим, як все оновлюється), Chart.js (чудово підходить для невеликих проєктів), RAW (насамперед задумана як інструмент для дизайнерів, щоб зробити візуальне представлення складних даних легким для всіх), Visualize free (для створення інтерактивних візуалізацій) та всім знайома програма Excel (інструмент для початкового рівня, він дозволяє швидко вивчити дані або створити візуалізацію для внутрішнього використання. підходить як засіб швидкої передачі ідей).

Отже, візуалізація даних – це також форма мистецтва, яка привертає нашу увагу, захоплює наш інтерес і змушує нас зупинити погляд на певному повідомленні. В сучасному інформаційному суспільстві візуалізація даних набирає все більших і більших темпів розвитку та стає все більш ключовим способом для осмислення трильйонів рядків даних, що генеруються щодня.

Інформаційні джерела

1. Варенко В.М. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посібник. Київ : Університет «Україна», 2014. 417 с.

2. Інфографіка та візуалізація даних. Практикум: навчальний посібник для студентів. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 68 с.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ЩОДО ПРИНЦИПІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Пугло Ю.О., Палеха А.І., Шкаревський Б.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.А. Луценко**
Державний біотехнологічний університет

Принципи обліку є вихідною базою та вектором прийняття рішення, якими повинен керуватися бухгалтер в обліковій практиці, коли чинні нормативні акти не дають конкретної відповіді щодо повного, правдивого та неупередженого відображення того чи іншого факту господарського життя суб'єкта господарювання.

В Україні принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності визначені законодавчо з 1999р. Основними нормативно-правовими документами, згідно до яких здійснюється регулювання бухгалтерського обліку є Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» та відповідні НП(С)БО. Проте варто

зазначити, що даний закон не надає само визначення принципу, а наводить їх перелік [1], а НПСБО визначає принцип бухгалтерського обліку як правило, яким слід керуватися при вимірюванні, оцінці та реєстрації господарських операцій і при відображенні їх результатів у фінансовій звітності [2] і також надає їх перелік, який має певні відмінності. Натомість законодавство характеризується стабільністю та однотайністю в визначенні та поясненні принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Для узагальнення і удосконалення теоретико-методичних положень бухгалтерського обліку стосовно принципів бухгалтерського обліку розглянемо як відображено принципи в наукових дослідженнях вчених.

Бухгалтерський словник Ф.Ф.Бутинця і деякі вчені, серед яких Загородній А.П., Швець В.Т. трактує принципи бухгалтерського обліку – як правила, якими слід керувати при вимірюванні, оцінюванні і реєстрації господарських операцій і при відображенні їх результатів у фінансовій звітності [5, с. 144, 6, с. 20, 7, с. 45].

На думку Нечитайло О. І. «принцип бухгалтерського обліку – це якийсь спочатку заданий набір можливостей у вирішенні тієї чи іншої наукової чи практичної задачі, свого роду інтерпретація базового положення бухгалтерського обліку, яке згідно з формальною логікою зумовлює всі наступні дії, що впливають зі змісту такого положення», а сукупність цих принципів, на його думку, з якою можна повною мірою погодитись, «утворює бухгалтерську парадигму, тобто те загальне, що становить зміст теорії бухгалтерського обліку, і вже з неї згідно з правилами логіки випливають всі необхідні наслідки» [10, с. 121].

Інший вчений Яцишин Н. під принципом бухгалтерського обліку розуміє «основне вихідне положення бухгалтерського обліку, базову концепцію, покладену в основу оцінювання та визнання в обліку і розкриття у фінансовій звітності господарських фактів, явищ та процесів господарюючого суб'єкта, його активів, зобов'язань, капіталу, доходів, витрат, фінансових результатів» [8, с. 14]. Наведене визначення хоча і фокусується автором на принципах бухгалтерського обліку, але по суті стосується саме принципів фінансової звітності, оскільки мова йде про подання інформації саме у звітності.

Нашкерська Г. В. широко трактує принципи бухгалтерського обліку як «теоретичні основи бухгалтерського обліку, які дозволяють уникнути відмінностей в оцінках, визнанні та вимірюванні активів, зобов'язань чи капіталу підприємства, його доходів та витрат, обумовлених суб'єктивними факторами: наявністю існуючої практики,

різноманіттям у поглядах бухгалтерів» [9, с. 33]. Так, у своєму визначенні автор підкреслює наявність суб'єктивного фактору, який безумовно існує і проявляється через професійне судження, проте не враховує і суб'єктивний погляд управлінського персоналу.

Так, аналізуючи вище наведені твердження, можна зазначити, що у сучасній науковій літературі з бухгалтерського обліку часто зустрічається трактування поняття принципу бухгалтерського обліку як правила, яким треба керуватися під час вимірювання, оцінювання та реєстрації господарських операцій, а також відображення їх у фінансовій звітності.

Ми вважаємо, що ототожнювати принципи і правила є недоречним, через те, що правила передбачають чіткі посилки до наслідків, а принципи вказують на кінцевий результат і не регламентують дії щодо його досягнення. Але принципи і правила не взаємовиключають, а доповнюють один одного і поповнюють теорію і практику бухгалтерського обліку.

Також, нами зроблено висновок, що більшість науковців доповнюють принципи новими або удосконалюють формулювання існуючих через впровадження міжнародного досвіду в сфері вивчення даного питання.

Порівнюючи принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності за міжнародними стандартами і законодавством України, бачимо, що в Україні використовуються ті самі припущення, що передбачені МСФЗ, проте вимоги до якісних характеристик фінансової звітності розкриті менш детально, ніж у МСФЗ. Крім цього, у національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку відсутня вимога нейтральності щодо інформації, яка відображається у фінансовій звітності, а також немає обмежень у співвідношенні вигід і витрат та не використовується поняття збалансованості якісних характеристик.

Варто зазначити, що наші результати аналізу свідчать, що ні Міжнародні стандарти фінансової звітності, ні Концептуальна основа фінансової звітності не дають визначення терміну «принцип бухгалтерського обліку», хоча цей термін використовується, що потребує його термінологічної формалізації.

На підставі проведеного дослідження ми пропонуємо таке визначення терміну «принцип» - це базові угоди щодо правил визнання, виміру та подання фактів господарського життя, які накладаються на обсяг обліково-звітної інформації та створюють обов'язкові для дотримання вимоги при визнанні, оцінці, поданні та розкритті інформації у фінансовій звітності.

Також нами узагальнено наступне обґрунтування необхідності змін в переліку і характеристиці принципів:

1) змінити назву принципу нарахування у вітчизняному законодавстві, який не буде повторювати принцип з такою ж назвою в міжнародних стандартах, не спотворюватиме інформаційне забезпечення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю;

2) варто доповнити принцип єдиного грошового вимірника, враховуючи зміни в законодавстві, що суб'єктам господарювання дозволено «на вимогу користувачів фінансова звітність може бути додатково перерахована в іноземну валюту».

3) доповнити принципи бухгалтерського обліку у вітчизняному законодавстві за сутністю, який буде регулювати здійснення оцінки об'єктів бухгалтерського обліку, забезпечить прискорення процесу уніфікації облікових систем на макро і мікрорівні – формування показників звітності підприємств.

4) переглянути принципи бухгалтерського обліку з метою врахування формування інформації в нефінансовій звітності. У зв'язку з тим, що зміни в бухгалтерському законодавстві вимагають від підприємств складання не лише фінансової звітності, але й розкриття нефінансових показників в звіті про управління, вважаємо доцільним також переглянути з цієї сторони принципи бухгалтерського обліку.

Інформаційні джерела

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996 – XIV від 16.07.99 зі змінами і доповненнями. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «загальні вимоги до фінансової звітності» затв. наказом М-ва фінансів України від 07.02.2013р. № 73. URL.: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13/>

3. Концептуальна основа фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_009/print

4. МСБО Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 (МСБО 1) Подання фінансової звітності / Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_013/print

5. Бухгалтерський словник / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. Житомир : ПП «Рута», 2001. 224 с2.

6. Загородній А. Г. Бухгалтерський облік: основи теорії та практики : підручник / А. Г. Загородній, Г. О. Партин, Л. М. Пилипенко. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2009. 422 с.

7. Швець В. Т. Теорія бухгалтерського обліку : підручник. 3-тє вид. перероб. і доп. К. : Знання, 2008. – 535 с.

8. Яцишин Н. З. Складання, аналіз та аудит фінансової звітності підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». К., 2012. 20 с.

9. Нашкерська Г. В. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 464 с

10. Нечитайло А. І. Принципи та правила бухгалтерського обліку, їх зміст та інтерпритація. Фінанси і Бізнес. 2012. № 2. С. 119-129.

РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Рашевська Н.В., здоб. ОС «бакалавр»

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

24 лютого 2022 року – дата, яка залишиться у пам'яті кожного з українця, адже саме в цей день їх життя розділилося на «до» та «після». Ніхто не міг навіть і уявити, що народ, разом з яким ми стояли колись проти спільного ворога, сам піде на нас зі зброєю у руках.

Війна залишає за собою чималий наслідки, страждають всі. Важко назвати те, чого вона майже не торкнулася, адже буквально в кожній сфері нею було залишено чималий відбиток.

Станом на 10 червня 2022 року компанія «Advanter Group» проводила аналіз та опитування, в результаті якого було виявлено[1]:

- близько 18,7 % підприємств повністю зупинило свою діяльність, та 28,1 % були за крок до того, аби припинити діяльність;
- бізнес-активність скоротилася, а експортери стикалися з обмеженими можливостями через блокаду портів, внаслідок чого поточні логістичні маршрути покривали навіть менше 20 % експорту.
- понад 7,5 млн українців виїхало за кордон, та близько 10 млн покинули свої домівки;
- близько 3 млн українців на той час вже втратили роботу;
- рівень безробіття значно зростає, та перевищував близько 30 %;
- відбулося значне зниження рівня заробітної плати у різних сферах економічної діяльності, а заборгованість із заробітної плати перевищувала розмір у 3 млрд грн;
- видатки бюджету зросли майже вдвічі через те, що були збільшені витрати на оборону, підтримку бізнесу та гуманітарну допомогу.

З самого початку війни багато економістів передбачало, що ВВП України знизиться доволі різко та швидко. Якщо раціонально оцінити ситуацію, то на самому початку Україна втратила значну

кількість крупних підприємств, які забезпечували значну частину валового внутрішнього продукту.

Варто зазначити, що доволі значна частка сільськогосподарських земель та угідь була зруйнована та замінована, через що використовувати дані території фізично неможливо. Як наслідок, одним з головних ударів на початку війни були саме проблеми посівної.

Через військовий стан в Україні по деяким позиціям відчувався певний дефіцит. Це, в першу чергу, стосується ранніх овочів та ягід, які вирощувалися на півдні України. Звісно, він частково компенсується завдяки імпорту. До того ж, допомога по нарощенню виробництва йде і від вітчизняних господарств, які не постраждали від воєнних дій.

Також однією із доволі суттєвих проблем являлися проблеми постачання, адже морські порти були заблоковані, багато експортерів відмовлялося співпрацювати, лінії поставок були зруйновані. Про неї говорять усі: міністерство, аграрії, економісти. “Навіть ті запаси, які були з минулого року, лежать на складах, через блокаду Чорного моря. У майбутньому буде питання, куди подіти урожай. Складів не вистачатиме. Якщо найближчі півтори-два місці не буде розблоковано порти, і не почнеться експорт, ми просто захлинемось у власних запасах зерна. Собівартість буде космічна, а ціна буде мінімальна”, — зауважував підприємець Олексій Новохатько [2].

Так, українське правління намагалося налагодити експорт залізничними путями, але її можливості були доволі обмеженими, зважаючи на об’єми продукції. Варто зазначити, що дана ситуація створювала великі ризики для голоду, адже наша країна являється найбільшим постачальником зернових культур.

Варто зазначити, що з в Україні простежується значна проблема з людськими ресурсами, адже на початку війни дуже багато українців емігрувало закордон, через що доволі зменшилось споживання продукції, і як наслідок скоротився малий бізнес, тому що попросту немає попиту на їхню продукцію, а частина населення мобілізована на війну.

За словами президента Української зернової асоціації Миколи Горбачьова, сьогодні найбільша проблема— це логістика, яка дуже подорожчала після російського вторгнення.

"Якщо раніше фермер витрачав близько 30 доларів/тонна на логістику свого зерна, а решту отримував собі в дохід, то сьогодні він витрачає від 100 до 150 доларів на тонну. А це, звісно, зменшило рентабельність виробництва всіх культур. Внаслідок цього —

скорочення площ посіву, як уже під озиму пшеницю, так і в майбутньому під ярі зернові", - сказав Горбачов у коментарі "Апострофу"[3].

Звісно у військовий час головним пріоритетом правління являється все ж таки оборонний сектор. Тому і податкові надходження, і позикові засоби направляються в основному на утримання Збройних Сил і задоволення потреб національної безпеки. Тобто, якщо розцінити дане становище, гарно простежується те, що перед державою стоїть два доволі важливих завдання ретельно розподіляти ресурси для того, аби:

- досягти військової перемоги;
- задовільнити життєво необхідні потреби громадян.

Варто зазначити, що під час війни банківська система залишалася міцною та діяла без будь – яких функціональних обмежень протягом всього воєнного часу. Це являється великою перевагою для країни, адже завдяки цьому є змога здійснювати фінансову та платіжну підтримку економіки.

Взагалі, як зазначає Київська школа економіки підсумки 2022 року, то приблизно 109 великих та середніх підприємств зазнали доволі великих прямих збитків через військові дії на території України. Експерти даної школи оцінили усі прямі та непрямі збитки України внаслідок повномасштабного вторгнення склали більше, ніж 600 млрд доларів, з яких аж 138 млрд – внаслідок руйнування виробництв та інфраструктури [4].

Проте, можна впевнено сказати, що в цілому вітчизняна економіка та бізнес змогли максимально мінімізувати втрати і досить швидко пристосувались до важкого життя в умовах війни.

Інформаційні джерела

1.Проект Плану відновлення України. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. 2022 URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>

2.Юлія Маковей, 2022 стаття «Рік, що нас змінив і зміцнив – підсумки аграрного сезону 2021/22»

3.«Блокування експорту, посівна, руйнування земель: головні події на аграрному ринку у 2022 році», Валерій Моїсєєв URL: <https://thepage.ua/ua/agro/golovni-podiyi-na-agrarnomu-rinku-ukrayini-u-2022-roci> (дата звернення 07.10.2023)

4.Вирватись з мороку: як виживала та змінювалась економіка України за рік війни URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/virvatis-z-moroku-yak-vizhivala-ta-zminyuvalas-ekonomika-ukrajini-za-rik-viyini-12157020.html>

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СИСТЕМ ІНФОРМАЦІЙНОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Рашевська Н.В., здоб. ОС «Бакалавр»

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

Державний біотехнологічний університет

У сучасному цифровому світі системи аналізу відіграють важливу роль у підвищенні ефективності та конкурентоспроможності підприємств. В Україні, як і в усьому світі, розвиток і використання таких систем стає дедалі більш резервною частиною бізнес-процесів. Однак, незважаючи на повільний прогрес, існує низка проблем та обмежень, які заважають якісному розвитку інформаційних систем обліку на українських підприємствах.

Інформаційні системи відіграють вирішальну роль в ефективному функціонуванні підприємств. В Україні ці системи необхідні для точного та своєчасного обліку, фінансового управління та прийняття рішень. Вони надають цінну інформацію про діяльність компанії, її фінансовий стан і сфери, що потребують поліпшення. Без належних систем бухгалтерського обліку підприємства залишилися б у невіданні, сліпо блукаючи лабіринтом цифр[1]. Адже, в свою чергу, організація обліку з використанням сучасних інформаційних має такі важливі завдання, як:

- вдосконалення Плану рахунків бухгалтерського обліку;
- автоматизація формування первинних документів на машинних носіях;
- розробка Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, які будуть безпосередньо регулювати питання інформаційного забезпечення підприємства;

Поточний стан інформаційних систем бухгалтерського обліку в Україні є неоднозначним. У той час як деякі підприємства впровадили сучасні технології та передове програмне забезпечення, інші все ще застрягли в кам'яному столітті, чіпляючись за застарілі ручні процеси. Ця нерівність створює інформаційний розрив між компаніями, перешкоджаючи співпраці та ефективності. Це все одно, що намагатися пробігти марафон, прив'язавши одну ногу до равлика.

В Україні найпоширеніші типи інформаційних систем бухгалтерського обліку, що використовуються підприємствами, варіюються від базових електронних таблиць до складніших програмних рішень. Деякі підприємства покладаються на таблиці Excel для відстеження своїх доходів і витрат, тоді як інші інвестують у спеціалізоване програмне забезпечення для бухгалтерського обліку[2]. Це

як різниця між написанням цифр на зворотному боці серветки та використанням модного калькулятора, за допомогою якого можна замовити піцу.

Існуючі інформаційні системи бухгалтерського обліку в Україні мають свої плюси та мінуси. З одного боку, ручні системи можуть здатися простими й економічними, але вони схильні до помилок і можуть забирати багато часу. З іншого боку, сучасне програмне забезпечення може автоматизувати процеси, підвищити точність і забезпечити аналіз даних у режимі реального часу, але воно вимагає початкових інвестицій і навчання. Це все одно, що вибирати між математичними обчисленнями пальцями або використанням калькулятора, який час від часу дає збій і дає неправильну відповідь.

В Україні є історія успіху, де підприємства впровадили надійні інформаційні системи бухгалтерського обліку. Деякі компанії мають інтегровані хмарні рішення, які дають їм змогу отримувати доступ до своїх фінансових даних з будь-якого місця, де є підключення до Інтернету. Інші пішли ще далі і включили у свої системи алгоритми штучного інтелекту та машинного навчання для аналізу даних та отримання цінної інформації. Це все одно, що перейти від використання рахунків до парку суперкомп'ютерів, які працюють на вас.

Однією з основних проблем розвитку інформаційних систем бухгалтерського обліку в Україні є брак інвестицій і ресурсів. Багато підприємств, особливо малі та середні підприємства, відчувають труднощі з виділенням коштів на модернізацію своїх систем. Це все одно, що намагатися купити Феррарі з обмеженим бюджетом: у підсумку ви отримуете іржавий велосипед.

Ще однією перешкодою є брак кваліфікованих фахівців у галузі інформаційних систем бухгалтерського обліку. Пошук компетентних людей, здатних проєктувати, впроваджувати й обслуговувати ці системи, схожий на спробу знайти єдинорога в копиці сіна. Це все одно що просити бабусю полагодити ваш смартфон - просто це не її компетенція.

Безпека та захист даних є найважливішими факторами, коли йдеться про інформаційні системи бухгалтерського обліку. Україна стикається з проблемами в забезпеченні конфіденційності, цілісності та доступності фінансових даних. Захищати конфіденційну інформацію від кіберзагроз і забезпечувати дотримання правил захисту даних - все одно, що намагатися побудувати фортецю із зефіру - ідея приємна, але не дуже безпечна[3].

Сучасні інформаційні системи бухгалтерського обліку в Україні повинні відповідати певним функціональним вимогам. Вони повинні мати можливість автоматизувати рутинні завдання, надавати фінансову

звітність у режимі реального часу, інтегруватися з іншими бізнес-системами та забезпечувати точність і надійність даних. Це як мати особистого помічника, який може виконувати сотню завдань, не впустивши жодного м'яча.

У розвитку систем інформаційного обліку на підприємствах України можуть виникати різні проблеми. Деякі з них включають обмежені інвестиції та кошти для розвитку, брак кваліфікованих кадрів з досвідом роботи в галузі обліку інформаційних систем, а також проблеми безпеки та захисту даних[4].

Насамкінець, системи управління інформаційними даними на підприємствах України мають стратегічне значення для ефективного управління та зростання бізнесу. Незважаючи на наявні проблеми та обмеження, існують нові шляхи розвитку, які включають підтримку з боку держави, а також ініціативи цього сектору.

Впровадження сучасних інформаційних систем обліку, що відповідають вимогам підприємств, дасть змогу підвищити ефективність роботи, удосконалити контроль і прийняття рішень. До того ж, варто зазначити, що задля того, аби вдосконалити управління доцільно буде реконструювати його інформаційну та технічну бази саме на основі автоматизованої системи обліку, контролю та аналізу з безпосереднім використанням автоматизованих робочих місць бухгалтера.

Інформаційні джерела

1. Бенько М.М. Інформаційні системи і технології в бухгалтерському обліку: монографія К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 336 с.
2. Карпенко М.Ю., Уфимцева В.Б. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією. Частина I: X.: ХНАМГ, 2012. – 96 с
3. Вітер С.А., Світличин І.І. Захист облікової інформації та кібербезпека підприємства URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/11_ukr/80.pdf
4. Я. В. Бахарева Напрями розвитку інформаційних систем і технологій обліку підприємств малого та середнього бізнесу в Україні URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2018/210.pdf
5. Чміль Г. Л., Кашена Н. Б., Остапенко Р. М. Моніторинг розвитку промислових ринків України: стан та перспективи в умовах глобалізації. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 3 (70). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. С. 37-45. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/37953>

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РИЗИКІВ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Свінцова Д.Ю. здоб.ОС «магістр»

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

Сьогодні компанії стикаються з безпрецедентними темпами змін у зовнішньому середовищі, тому необхідно адаптуватися до цих змін, водночас зберігаючи та створюючи конкурентні переваги. Своєчасне виявлення ризиків і реагування на них стає додатковою конкурентною перевагою для компаній в умовах зростаючої конкуренції. [1, с. 238].

Розвиток і ускладнення бізнес-діяльності сучасних компаній, а також наростання кризових явищ у світовій економіці призвело до зміни вимог до аудиту. Детально перевірити великі обсяги інформації не представляється можливим, а значить, класичний аудиторський підхід, заснований на детальній перевірці первинних документів, став неефективним. На першому місці в сучасній ідеології аудиту варто поняття «аудиторський ризик».

Основним джерелом, у якому висвітлено концептуальні засади розуміння сутності та складу аудиторського ризику, є міжнародні стандарти аудиту (МСА). Відповідно до Міжнародних стандартів аудиту, надання впевненості та етики, аудиторський ризик – це ризик або небезпека того, що аудитор зробить неправильний висновок щодо фінансової звітності після виконання ним аудиторських процедур, тобто за неправильно складеною фінансовою звітністю буде представлений аудиторський висновок без застережень і навпаки. Практично немає таких заходів які б звели аудиторський ризик до нуля. Таким чином, мова йде про те, що завжди буде існувати вірогідність того, що внаслідок виконання процедур аудиторської перевірки суттєві помилки, які не були попереджені системою внутрішнього контролю залишаться не виявленими. Ці обставини розкривають об'єктивну природу професійного ризику аудиторської діяльності.

З положеннями МСА узгоджується думка К.О. Назарової, яка визначає аудиторський ризик як імовірність того, що аудитор висловить хибне враження про достовірність фінансових звітів, які містять суттєві перекознення, що може позначитися на прийнятті рішень користувачами [2, с. 218–219].

Результати огляду фахової літератури засвідчили, що схожих позицій відносно трактування аудиторського ризику з більшим чи

меншим ступенем подібності залежно від досліджуваного аспекту дотримуються чимало інших науковців. Однак усі вони вказують на те, що аудиторський ризик – це ризик саме з позиції суб'єкта проведення аудиту, що впливає на інформаційний ризик користувачів фінансової звітності, які можуть висунути претензії до результатів аудиту та зумовити відповідальність аудитора. Схематично даний логічний зв'язок представлено на рис. 1.

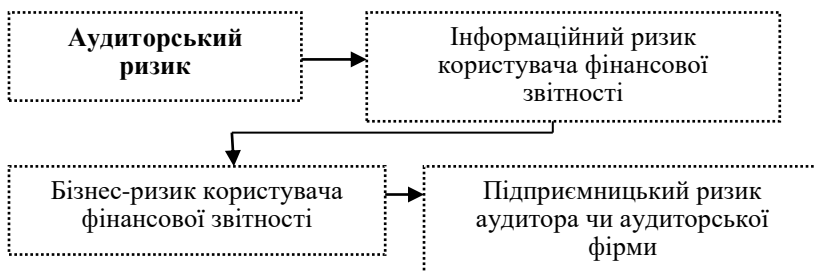


Рис. 1. Взаємозв'язок видів ризику в аудиті [2]

Проілюстрований на рис. 1 зв'язок видів ризику в аудиті підтверджує те, що аудиторський ризик є професійним ризиком аудитора. оцінка аудиторського ризику аудиторами та аудиторськими фірмами дає змогу зменшити термін перевірки, уникнути зайвих трудовитрат. Разом із тим якщо аудитор не проявив достатньої ретельності під час збору аудиторських доказів та висловив помилкову впевненість у достовірності звітності, а на підприємство-клієнта, наприклад, були накладені штрафні санкції, тоді аудитор чи аудиторська фірма можуть бути звинувачені в неякісному проведенні аудиту і притягнуті до відповідальності.

На відміну від аудиторського інформаційний ризик є ризиком користувача фінансових звітів. Інформаційний ризик полягає у тому, що через помилки у фінансових звітах користувачем може бути прийняте неправильне рішення. Це, своєю чергою, може призвести до ймовірності появи бізнес-ризиків (імовірності настання негативних економічних наслідків для користувача звітності).

Реалізація бізнес-ризиків зумовлює втрати користувачами, які, своєю чергою, можуть висунути претензії аудитору щодо неякісно проведеного аудиту. Внаслідок пред'явлення позовів користувачами фінансової звітності суб'єкт проведення аудиту може понести відповідальність згідно з чинним законодавством, а також утратити репутацію, що становить його підприємницький ризик. Ми вважаємо,

що від рівня аудиторського ризику залежить не тільки матеріальна, а й моральна відповідальність аудитора.

У зовнішньому аудиті загальна величина ризику впливає на вартість аудиту, для внутрішнього аудиту це не є характерним. Розрахунок аудиторського ризику у внутрішньому аудиті потрібен для визначення обсягу і характеру контрольних процедур та, на нашу думку, є більш спрямованим на оцінку окремих компонентів аудиторського ризику, а не загального показника. Отже, розрахунок аудиторського ризику є важливою компонентою процесу аудиту, що дає змогу впливати на якість одержаних результатів. Саме забезпечення належного рівня якості контрольного заходу, на наше переконання, є основним аргументом на користь необхідності розрахунку аудиторського ризику у внутрішньому аудиті.

Варто зазначити, що важливо не уникнути аудиторського ризику взагалі (оскільки це неможливо), а правильно його оцінити. На нашу думку, оцінка аудиторського ризику є характеристикою очікувань аудитора щодо виникнення впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на процес формування аудиторського судження. Отже, рівень аудиторського ризику під час планування та проведення внутрішнього аудиту витрат суб'єктів господарювання має ґрунтуватися на визначенні його складових елементів та оцінці впливу факторів на них.

На основі вищезрозглянутого можемо зробити такі узагальнення. Основною причиною оцінки аудиторського ризику є необхідність забезпечення належного рівня якості результатів аудиту, що, з одного боку, мінімізує інформаційний ризик користувачів фінансової звітності, а з іншого – зменшує можливість виникнення негативних наслідків для аудитора. Так, якщо аудитор визначає аудиторський ризик як високий (значний ризик помилитися під час надання висновку), він буде застосовувати більшу кількість аудиторських процедур (аналітичних процедур, детальних тестів тощо), щоб зібрати достатню кількість доказів для забезпечення належної якості результатів аудиту.

Інформаційні джерела

1. Топоркова О.В., Акімова Н.С., Наумова Т.А. Стратегічні аспекти управління ризиками для забезпечення економічної безпеки підприємства. Бізнес Інформ. - 2019. - №8. - С. 237-243

2. Назарова К.О. Аудит: еволюція, потенціал, ефективність: монографія. Київ, 2015. 464 с.

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ

Свінцева К.Ю., здоб. ОС «магістр»

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

Облікова політика комерційної організації є незамінним інструментом управління господарською діяльністю. Вона дозволяє сформуванню системи бухгалтерського обліку економічного суб'єкта, проаналізувати і змодельовати обліковий процес, закріпивши оптимальні способи ведення бухгалтерського обліку, що співпадає зі стратегією розвитку організації, незалежно від сфери її діяльності. Особливу актуальність представляє формування облікової політики в умовах триваючого реформування вітчизняних положень по бухгалтерському обліку в напрямку їхнього зближення з МСФЗ [1, с. 334].

Термін «облікова політика» (англ. – «accounting policies») офіційно був введений у міжнародну облікову практику в 1973 році з прийняттям МСБО 1 «Розкриття облікової політики» та МСБО 5 «Інформація, яка підлягає розкриттю у фінансових звітах». З 1997 року чинний новий МСБО 1 «Подання фінансових звітів», виданий на базі попередніх двох стандартів, в якому містяться вимоги до порядку розкриття інформації в облікових політиках [2, с. 2]. Поняття облікової політики в Україні з'явилося значно пізніше, ніж в зарубіжних країнах, лише в 1999 році з прийняттям Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні».

Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» облікова політика це - сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності.

В даний час існує широкий спектр визначень та роз'яснень поняття «облікова політика», що вказує на науковий та практичний інтерес до теми. В той же час, аналіз визначень облікової політики показав, що у теоретичному рівні у різних джерелах немає однозначності у трактуванні поняття «облікова політика». У сучасній економічній літературі та нормативних документах з бухгалтерського обліку переважає визначення облікової політики як сукупності методів обліку.

Погляди вчених щодо сутності облікової політики можна поділити на декілька груп. Перша група вчених загострюють увагу на

ролі облікової політики в підготовці бухгалтерської (фінансової) звітності і бачать у ній, насамперед, сукупність конкретних принципів, основ, умов і правил, прийнятих організаціями для підготовки і представлення бухгалтерської (фінансової) звітності. Такий підхід, на наш погляд, ближче усього до розуміння МСФЗ. На відміну від української практики, міжнародні стандарти оперують цим поняттям стосовно до бухгалтерського (фінансової) звітності, а не до бухгалтерського обліку в цілому. МСФЗ 8 «Облікова політика, зміни в бухгалтерських розрахунках і помилки» не містить вимог по розкриттю облікової політики. Це питання регулює МСФЗ 1 «Представлення фінансової звітності». Підхід до формування облікової політики компанії, сформульований у МСФЗ 1, націлений на забезпечення відповідності фінансової звітності стандартам» [1, с.335].

Друга група авторів розглядають облікову політику як дворівневе поняття: загальнонаціональна облікова політика й облікова політика організації. Ця точка зору одержує усе більше визнання. Саме держава визначає загальні правила і принципи обліку економічних суб'єктів, що вибирають між законодавчо припустимими альтернативними варіантами.

Третя група авторів вважають, що облікова політика - це усього лише засіб забезпечити легальними способами бажану величину прибутку. У даному випадку мотивом при виборі способу ведення бухгалтерського обліку для організацій є мінімізація податкових платежів.

Погоджуючись переважно з визначеннями облікової політики провідних економістів, спробуємо сформулювати таке визначення: облікова політика – це способи ведення обліку, спрямовані на досягнення ефективності стратегії організації, та їх вплив на податкові зобов'язання, показники зовнішньої та внутрішньої звітності.

Виходячи із складових компонентів облікової системи, на нашу думку, необхідно виділяти облікову політику з метою бухгалтерського обліку, що регулюється законодавством з бухгалтерського обліку; облікову політику для цілей податкового обліку, що регламентується законодавством щодо податкового обліку; облікову політику для цілей управлінського обліку, що визначається потребами керівництва та внутрішніми нормативними документами суб'єктів господарювання.

Облікова політика має велике значення як для самого підприємства, але й контролюючих органів, особливо податкових служб, аудиторів, різних користувачів фінансової звітності підприємства. Тому її формування доцільно здійснювати у зв'язку з

податковим плануванням, яке дозволить оптимізувати податковий тягар підприємства.

Для обґрунтування вибору облікової політики доцільно використовувати як облікові, а й позаоблікові дані. Термін «позаоблікові дані» означає лише те, що ці відомості отримують, накопичують та обробляють поза рамками інформаційної системи бухгалтерського обліку. До них можуть бути віднесені інформаційні дані, які отримують служби маркетингу та логістики, а також відомості, взяті із засобів масової інформації. Численні позаоблікові відомості є тим необхідним аналітичним матеріалом, який дозволяє з певним ступенем достовірності оцінити ринкову кон'юнктуру та зовнішнє середовище підприємства. На основі маркетингового інформаційного забезпечення реалізуються такі функції фінансового маркетингу, як аналіз ринкової кон'юнктури та динаміки ціноутворення, аналіз тенденції зміни ємності різних сегментів ринку, аналіз ефективності та напрямків розвитку систем збуту, аналіз прибутковості різних видів продукції та напрямів їх удосконалення, аналіз конкурентоспроможності продукції та підприємства.

Оцінка та інтерпретація даних обліку та звітності, а також додаткових інформаційних даних є основою інформаційного забезпечення процесу вибору оптимальної облікової політики кожного конкретного підприємства.

Суттєвим компонентом обліково-аналітичного забезпечення вибору облікової політики підприємства, на нашу думку, є технічні та програмні засоби з використанням комп'ютерної техніки. Вони забезпечують своєчасний збір та обробку інформаційних даних, дозволяють здійснювати у комп'ютерному режимі моделювання фінансово-господарської діяльності організації та вибору її облікової політики з використанням різноманітних сценаріїв розвитку.

Інформаційні джерела

1. Акімова Н.С., Янчева Л.М. Облікова політика підприємства: економічна сутність та механізм реалізації. *Economics and Management: Challenges and Perspectives: Collection of scientific articles*. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education. Vienna. 2015. P. 334-342.

2. Акімова Н.С., Наумова Т.А. Механізм формування облікової політики на основі інформаційної платформи МСФЗ. *Gesellschaftsrechtliche Transformationen von wirtschaftlichen Systemen in den Zeiten der Neo-Industrialisierung*. Collective monograph. Verlag SWG imex GmbH Nürnberg.

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ СКЛАДСЬКИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сердюк А.В., здоб. ОС «бакалавр»

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

В умовах євроінтеграції та активних процесів конвергенції бухгалтерський облік, зокрема, облік складських запасів повинен бути адаптованим до світових тенденцій. Для результативного та ефективного функціонування підприємства, здійснення співпраці з іноземними партнерами, розширення з ними комунікаційних зв'язків необхідно вивчати та реалізовувати досягнення зарубіжних країн в області організації обліку для формування в підприємствах України неупередженої релевантної інформації та прийняття правильних рішень в логістичній системі суб'єктів господарювання.

Питання методології та розкриття інформації у фінансовій звітності про складські запаси регулюється Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [1] та Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 2 «Запаси» [2]. Відповідно до МСБО 2: «запаси – це активи, які утримуються для продажу в звичайному ході бізнесу, перебувають у процесі виробництва продукції (послуг) з метою продажу та існують у формі основних або допоміжних матеріалів, призначених для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг» [2].

Визначення терміну «запаси» в різних країнах відрізняється. Так, в США сутність поняття «запаси» розкривається як «активи, призначені для продажу протягом одного звичайного ділового циклу, або використання протягом одного виробничого циклу» [3]. В Німеччині під «запасами» розуміють предмети, призначені для короткострокового використання або перепродажу. Для формування неупередженої, релевантної інформації про запаси у формах фінансової звітності відповідно німецьким стандартам бухгалтерського обліку використовують принципи підвищення балансової вартості; нарахування; реалізації.

Основним критерієм, який визначає віднесення активів до запасів, є мета з якою утримуються такі запаси. У різних країнах до категорії запасів відносять відповідно різні складові. Аналітичні угруповання запасів для посилення аналітичності інформації в зарубіжних країнах відрізняються та залежать від інформаційних потреб системи управління підприємства та обраної системи

логістики. Класифікація запасів в зарубіжних країнах наведено в таблиці.

Таблиця 1 – Класифікація запасів у різних країнах

Країна	Елементи запасів
Україна	Товари, готова продукція, напівфабрикати, брак у виробництві, незавершене виробництво, малоцінні та швидкозношувані предмети, сировина і матеріали, тварини на вирощуванні та відгодівлі
Німеччина	Товари, готова продукція, напівфабрикати, незавершене виробництво, сировина і матеріали
Естонія	Товари, готова продукція, незавершене виробництво, сировина і матеріали
США	Малоцінні та швидкозношувані предмети, сировина і матеріали

Правильна оцінка складських запасів на всіх етапах їх руху є запорукою формування неупередженої інформації та розкриття у формах фінансової звітності. У США, як і у багатьох країнах, запаси оцінюються за фактичними витратами на їх придбання на момент їх отримання або використання запасів в процесі виробництва. В Польщі запаси оцінюються за цінами їх придбання, у випадку неможливості виявлення ціни запасів або при їх безоплатній передачі вони оцінюються за цінами на аналогічні або подібні товарно-матеріальні цінності. Зазначимо, що у Франції, в Люксембурзі та у Німеччині запаси оцінюються за найменшою величиною – за собівартістю або за ринковою вартістю. А от на відміну в Іспанії, Португалії запаси оцінюються за ціною їх придбання або витратами на їх виробництво. В Італії та Швейцарії запаси оцінюються за найменшою з двох величин – первісною вартістю (витрати на придбання або виробництво) або чистою вартістю можливої реалізації [3]. В Україні запаси оцінюються за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації.

Поряд з цим увага бухгалтерів прикута і до вибору методів обліку вибуття запасів, прописані в національному та міжнародному стандарті обліку. Зауважимо, в країнах Євросоюзу та в Україні не застосовується метод LIFO, але в США заборони на його використання не має.

Для обліку запасів використовують постійну та періодичну систему. Система постійного обліку передбачає ведення запасів на однойменних синтетичних рахунках: «Складські запаси», «Товари», «Готова продукція». Перевагою цієї системи є забезпечення ширшої інформації для управління про наявність та рух запасів за кількістю і якістю. Для невеликих підприємств в країнах Європи застосовується система періодичного обліку запасів, де надходження та видаток запасів протягом звітного періоду на рахунку «Складські запаси» не відображається. Характерним в цій системі обліку запасів є відображення тільки початкових запасів, що визначено шляхом інвентаризації, а також використання рахунку «Закупки». Дана система менш трудомістка з точки зору організації обліку запасів, однак втрачається функція систематичного контролю над запасами. Значним недоліком є те, що при її використанні відсутня оперативна інформація про наявність та рух запасів, вона звужує управлінські функції обліку та є необхідність проводити інвентаризацію кожного звітного періоду. За умови застосування інформаційних технологій в обліку перевагу слід віддавати саме використанню системі постійного обліку запасів.

У західноєвропейських країнах, у фінансовому обліку частіше застосовується система періодичного обліку запасів. А система постійного обліку використовується в управлінському обліку. У вітчизняній практиці, на відміну від зарубіжної, застосовується лише одна система обліку наявності і руху запасів - система постійного обліку.

Отже, запаси займають особливе місце у складі майна підприємства, є основним джерелом доходу та відіграють важливу роль в утворенні прибутку. Зарубіжний досвід організації обліку запасів є необхідною умовою для створення сумісної діяльності з бізнес-партнерами, налаштування ефективної системи логістики для створення оптимального складського запасу в організаційній структурі.

Інформаційні джерела

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» № 246 від 20.10.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» від 01.01.2012 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021

3. Задорожний С. В. Облік і аналіз виробничих запасів: вітчизняний та зарубіжний досвід. 2020. Вип. 2. С. 26-33. URL.:<file:///C:/Users/Sergey/Downloads/Zadorozhny%20S.V.%20OPDm-21.pdf>

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

Слепцова Ю.А., здоб. ОС «магістр»

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

В сучасних умовах розвитку національної економіки особливої актуальності набувають питання обліку та аналізу власного капіталу. Формування власного капіталу, як об'єктивно існуюча економічна категорія забезпечує процес фінансування господарської діяльності підприємств, та є базою для створення і розвитку підприємства, та важливим чинником розвитку економіки.

Насамперед капітал підприємства потребує систематизації за такими ознаками: за правом власності, за групами джерел, за періодом залучення [1]. Таке розділення напрямів дозволяє менеджменту, з одного боку, створити надійний фундамент для раціоналізації складу його джерел, а з іншого - оптимізувати форми його залучення, враховуючи галузеві особливості.

Під час дослідження управління капіталом, однією з найбільш важливих концепцій є теорія його структури, яка визначає не тільки фінансову, операційну та інвестиційну діяльність підприємства, а й є основою для вибору стратегічного напрямку фінансового розвитку підприємства, адже це обумовлено використанням капіталу для формування оборотних та необоротних активів[2].

Власний капітал підприємства формується завдяки зовнішнім та внутрішнім джерелам. До складу внутрішніх джерел власного капіталу підприємства відносяться: пайовий капітал, капітал у дооцінках, додатковий капітал, статутний капітал, інший зареєстрований капітал, вилучений капітал, вилучені акції. До складу зовнішніх джерел власного капіталу підприємства включають: мобілізацію додаткового пайового капіталу (шляхом внесків коштів засновників до статутного капіталу), залучення додаткового акціонерного капіталу, безоплатну фінансову допомогу від юридичних осіб і держави, конверсію позикового капіталу у власний, кошти цільового фінансування, що надійшли на інвестиційні цілі, інші зовнішні джерела (емісійний дохід, що утворюється при продажу акцій вище їх номінальної вартості) [3].

Процес формування власного капіталу не завершується після реєстрації підприємства, цей процес є безперервним, оскільки на протязі усієї діяльності підприємство нарощує власний капітал через реінвестування чистого прибутку або зменшує його через непокритий

збиток, формує відповідно до установчих документів резервний капітал, здійснює переоцінку майна через капітал у дооцінках, а також власниками підприємства може формуватися додатковий капітал, який вноситься вже після формування статутного зареєстрованого капіталу в розмірі відповідно до частки в зареєстрованому капіталі[3].

Одним з найважливіших фінансових показників, які визначають ресурсно-потенційну властивість власного капіталу, є обсяг позикових коштів, які фінансують діяльність підприємства та концентрацію власного капіталу. Тобто підприємство здатне розширювати обсяги ресурсів, задіяних в процесі господарської діяльності підприємства завдяки обсягу позикових коштів [4].

В умовах трансформаційної економіки, для якої є характерним низький ступінь розвитку фінансового ринку, найбільш доцільним є комплексний підхід до вибору джерел формування капіталу, що передбачає оптимальне поєднання використання внутрішніх та зовнішніх джерел коштів.

Створення ефективного механізму управління капіталом надає можливість менеджерам в повній мірі реалізувати цілі та завдання, що стоять перед підприємством, сприяє ефективній реалізації його функцій. Удосконалення управління власним капіталом підприємства є надзвичайно важливим та складним процесом, що зумовлено не до кінця розробленим законодавством та частими змінами бухгалтерського обліку власного капіталу суб'єктів господарювання різних форм власності.

Інформаційні джерела

1. Пігуль Н. Г., Дехтяр Н. А., Пігуль С. І. Теоретичні засади управління капіталом підприємства. Гроші, фінанси і кредит. 2020. Режим доступу: <https://doi.org/10.32843/infrastruct48-4>

2. Макаренко Ю. П. Формування оптимальної структури капіталу з метою забезпечення фінансової стійкості підприємства. Економіка та держава № 1/2022. с. 45-48. Режим доступу: 10.32702/23066806.2022.1.45

3. Лаврик О. Формування власного капіталу та його значення у фінансовій діяльності суб'єкта господарювання. Економічний аналіз. 2021 рік. том 31. № 1. с. 298

4. Бержанір І. А. Власний капітал підприємства: економічна сутність та особливості обліку. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. Вип 19. Т.2. 2023. С. 84.

5. Кашена Н.Б., Чміль Г.Л. Концептуальні основи оцінки вартості капіталу підприємств роздрібної торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип. 2. С. 38–45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_2_8.

ОПОДАТКУВАННЯ ВИВЕДЕННЯМ КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Слепцова Ю.А., здоб. ОС «магістр»

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

Сучасна економічна діяльність досить стрімко розвивається. Країни активно конкурують на ринку збуту, збільшується кількість господарюючих суб'єктів, тому кожна країна прагне удосконалити умови оподаткування та створити систему обліково-аналітичного забезпечення, яка б спрямувала розвиток діяльності підприємств.

Під час війни в українській економіці відбулись зміни, різко скоротився реальний ВВП, стрімко зріс рівень інфляції, ускладнились торговельні відносини. Для того, щоб покращити економічний стан країни, треба налагодити систему оподаткування прибутку підприємств, запровадженням оподаткування виведеного капіталу, також потрібна сформована обліково-аналітична система, для спрощення обліку.

Головною метою дослідження є розробка теоретико-методологічного фундаменту обліково-аналітичного забезпечення з метою прийняття управлінських рішень щодо реінвестування прибутків в наслідок змін в оподаткуванні – запровадження оподаткування виведеного капіталу.

Податок на прибуток є складним з точки зору розрахунку та є ризиковим при перевірці зі сторони податківців, в такому випадку податок на виведений капітал сприяє зменшенню корупційної діяльності, через більшу прозорість процесу оподаткування.

Запровадивши податок на виведений капітал, облік підприємств значно спроститься, будуть запроваджені нові підходи до обліково-аналітичного забезпечення з метою реінвестування прибутків у розширення та оновлення виробництва в умовах глобалізації.

Основною перевагою податку на виведений капітал, це зведення до мінімуму контакту підприємців та податкової служби, адже податок на виведений капітал – це сума яка проходить через банк, тому зникає необхідність у перевірці бухгалтерського обліку.

Податок на виведений капітал буде мати менший відсоток по відношенню з податком на прибуток, а саме має складати 15%, робота з офшорами буде незмінна, оподатковуватись будуть саме дивіденди, а от дивіденди з фізичних осіб оподатковуватись не будуть, зменшиться податкове навантаження. Зникає необхідність у податковому обліку,

бухгалтерський залишиться незмінним. Також велика перевагою впровадження нового податку є те, що підприємцям не доведеться приховувати свій прибуток, звітність стане прозорою, буде легше залучати нові інвестиції.

З прийняття нового закону «Про оподаткування виведеного капіталу» Україна зможе завершити податкову реформу, що дасть змогу побудувати одну з найефективніших податкових систем для бізнесу, що відкриє шлях до Євросоюзу як належного партнера в умовах глобалізації.

Обліково-аналітична інформація в умовах глобалізації є ресурсом управління безпекою підприємства, її основним завданням є визначення кінцевого результату діяльності підприємства, а саме – прибутку. В системі забезпечення обліково-аналітичної інформації відбувається перетворення потоку вхідної інформації в потік вихідної.

Для дослідження основних методологічних аспектів обліково-аналітичного забезпечення оподаткування виведеного капіталу, який має змогу покращити реінвестування та розвиток діяльності підприємств, важливим аспектом є створення дієвої системи забезпечення обліково-аналітичною інформацією процесу прийняття управлінських рішень щодо реінвестування прибутків, тобто власного капіталу у процес виробництва.

Запровадження обліково-аналітичного забезпечення оподаткування виведеного капіталу в умовах глобалізації є ефективним методом функціонування механізму, який призведе до розширення меж не тільки в діяльності підприємств, а і для країни в цілому.

Реалізація зазначених вище пропозицій дасть змогу підвищити ефективність обліково-аналітичного та контрольного забезпечення управління оподаткуванням виведеного капіталу підприємства шляхом раціональної організації обліку і сприятиме вдосконаленню методичних підходів до проведення контролю розрахунків за податками в діяльності підприємств.

Інформаційні джерела

1. Беляєва Л.А., Пеняк Ю.С., Карпова А.П. Організаційно-інформаційна модель обліково-аналітичного забезпечення розрахунків за податками. Економіка та суспільство. Випуск-43. 2022. С.2-4.

2. Лечинський Д.Л., Ступнікер Г.Л., Каширнікова І.О., Зозуля Н.В. Підприємництво України в умовах воєнного стану. Економічний простір. 2022. №181. С. 110-113.

3. Вишлінський Г., Репко М., Гайдай Ю. Економіка України під час війни: оперативна оцінка, квітень. 2022. С. 16-19. Режим доступу:

https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/UKR_Економіка-України-під-час-війни.pdf

4. Мельничук Г.С. Запровадження в Україні податку на виведений капітал. Економічний вісник. Серія: Фінанси і облік. 2021. С.-9. Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.33244/2617-5932.6.2020.98-107>

5. Остапенко Р. М., Горох О. В. Організаційно-економічні фактори функціонування товариств з обмеженою відповідальністю. Eurasian scientific congress. Abstracts of the 6th International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2020. Pp. 559–566

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Старосільська В.В., здоб. ОС «бакалавр»

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

На сьогоднішній день, через непередуманість фінансово-господарської політики, короткострокове управління та інші різноманітні причини, більшість підприємств виходять з ринку, збанкрутують. Організації намагаються пристосуватися до нової організації господарювання, проте мають на їх шляху фінансові, економічні труднощі. Саме через це, є актуальним питання, яке ми доведемо, стосовно аналізу фінансового стану підприємства та що саме потрібно робити, аби покращити його.

Фінансовий стан організації характеризується параметрами, що відображають використання фінансових ресурсів, їх наявність, розміщення [1]. Основною метою аналізу фінансового стану підприємства є саме його оцінка. До того ж вона є важливою умовою при ефективному управлінні підприємством, користуванні ресурсами. Аби ж досягти поставленої мети, необхідно застосовувати різноманітні методи аналізу. Вони включають в себе комплекс інструментів при оцінці фінансового стану підприємства, та поділяються на: а) коефіцієнтний; б) комплексний; в) інтегральний; г) беззбитковий; д) рівноважний [2].

При коефіцієнтному методі проводиться розрахунок системи коефіцієнтів підприємства, що відображає різні сторони господарювання, беручи до уваги вплив внутрішнього, зовнішнього середовища на стан організації. При оцінці фінансового стану підприємства, за даним видом методу, використовують напрямки ліквідності, рентабельності, ділової активності та фінансової стійкості.

Коефіцієнтний метод складно використовувати, так як він має недоліки. Перш за все, це трудомісткість, тобто відбувається не легкий процес формування результатів оцінки. Друге, це відсутність багатьох нормативних значень коефіцієнта, що використовують в аналізі.

Наступний метод, комплексний, виявляє напрямки в діяльності організації, в яких утворюються проблеми, і також досліджує причини, що їх зумовили. Це найважливіша перевага методу. Але, він має такі саме недоліки, що і попередній метод[3].

Інтегральний метод аналізу використовується підприємствами, що хочуть визначити свій сукупний фінансовий стан інтегральним показником. Показник методу, що наразі описується, розраховується на основі узагальнюючих показників за рівнем платоспроможності, фінансової незалежності, якості активів організації[4]. Видимим недоліком методу є виникнення певної неузгодженості понять «платоспроможність» та «ліквідність». Однак є й перевага – це те, що сукупний показник можна в будь-який час доповнити коефіцієнтами та аналітичними напрямками.

Безбитковий метод переважає в операційному сенсі у формуванні результатів діяльності організації, на можливості управління його витратами та результатами задля досягнення потрібних показників безбитковості виробництва. Критерієм оцінки цього методу є виторг від реалізації, що підприємство має після того, як перетне рівень рентабельності. Якщо вище запас фінансової міцності, то стійкіше фінансовий стан підприємства [5].

Останнім методом, який розглянемо, є рівноважний метод. Він базується на понятті ліквідності та оцінці фінансового стану підприємства зі сторони досягнення рівноваги між ліквідними потоками у інвестиційній діяльності, що відповідає за створення коштів, та у фінансовій діяльності, що відповідає за споживання коштів. Формовані, спожиті ліквідні грошові потоки в них мають таку ж саму назву, відповідно. Рівність між цими результатами створює ідеальну фінансову рівновагу, тому що сукупний результат господарської, фінансової діяльності дорівнює нулю[6].

Фінансова діяльність повинна бути направлена на забезпечення надходження і використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової та кредитної дисципліни, досягнення співвідношення власних і залучених коштів. Все це забезпечить ефективне функціонування організації.

Описавши організацію аналізу фінансового стану підприємства, надалі можна вести розмову про шляхи його удосконалення. Тож, удосконалення аналізу фінансового стану підприємства може бути

корисним для забезпечення більш точних та повних даних, які допоможуть приймати кращі управлінські рішення. Ось декілька шляхів удосконалення цього процесу:

А) Впровадження спеціалізованих програм для фінансового аналізу та звітності може автоматизувати багато процесів, зменшити ймовірність помилок і забезпечити більш точні результати.

Б) Враховуючи різні фінансові показники та використовуючи різноманітні методи, аналіз може бути більш повним і комплексним, що дозволить отримати глибше розуміння справ підприємства.

В) Важливо брати до уваги економічний, соціальний та політичний контекст, в якому діє підприємство, для отримання більш об'єктивної оцінки його фінансового стану.

Г) Використання більш точних методів прогнозування може допомогти визначити майбутні тенденції та ризики, що дозволить краще планувати дії для майбутнього розвитку.

Таким чином, фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства. А от удосконалити аналіз можна за допомогою використання новітніх технологій, розширення обсягу аналізу, врахування контексту, вдосконалення методів прогнозування.

Інформаційні джерела

1. Мних С.В. економічний аналіз: Підручник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 472 с.

2. Варланов Ю.Ю., Варланов О.Ю. «Модельовання фінансового стану підприємств: сутнісний підхід до інтегрованої оцінки» Журнал «Економічні науки» Випуск 59, с. 139-146.

3. Олексів І.Б., Фещур Р.В. «Проблеми аналізу та оцінки фінансового стану підприємства» Журнал «Економічний вісник» Випуск 68, с. 256-263.

4. Кашена Н. Б., Лисак Г. Г., Бойко А. О. Статистичний моніторинг фінансового стану підприємства як інформаційна система підтримки прийняття рішень з його стабілізації. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2009. Вип. 1 (1). С. 120-127. 193.

5. 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.

6. Davydova O., Chebanova N., Kashchena N., Chmil H., Protsenko V. Economic activity of enterprises: methodical aspects of assessment. SHS Web of Conferences. 2019. Vol. 67. URL: https://www.shsconferences.org/articles/shsconf/abs/2019/08/shsconf_NTIUkrSUR T2019_06012/shsconf_NTI-UkrSURT 2019_06012.html

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Старосільська В.В., здоб. ОС «бакалавр»

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

Державний біотехнологічний університет

Внутрішній аудит є частиною ефективної системи управління підприємством. Він забезпечує дотримання надійних заходів, управління ризиками та дотримання стратегічних цілей організації щодо контролю. Однак у сучасних умовах бізнес стикається із зовнішнім аудитом.

Метою внутрішнього аудиту є надійність забезпечення та ефективність роботи організації. Внутрішні аудитори проводять перевірки, перевіряють механізми контролю і дають рекомендації щодо поліпшення процесів.

Деякі проблеми і виклики внутрішнього аудиту включають недостатнє розуміння та обізнаність про зовнішній аудит, відсутність партнерських відносин з вищим керівництвом, технічні та організаційні проблеми.

Внутрішній аудит - це незалежна та об'єктивна оцінка діяльності організації. Він допомагає виявляти ризики, проблеми та неефективні процеси, а також пропонує рекомендації щодо їх усунення.

Ефективний внутрішній аудит може принести безліч вигод. Це допомагає запобігати фінансовим шахрайствам і помилкам, удосконалювати механізми контролю, підвищувати ефективність роботи підприємства.

Однією з основних проблем розвитку внутрішнього аудиту є недостатнє розуміння його ролі та цілей. Багато організацій не усвідомлюють, що на даний момент важливо мати незалежну та об'єктивну оцінку своєї діяльності. Недостатня обізнаність про зовнішній аудит може призвести до неправильного розподілу ресурсів і негативно позначитися на ефективності роботи підприємства.

Усередині внутрішнього аудиту також можуть виникнути технічні та організаційні проблеми. Це може бути пов'язано з недостатньою компетентністю аудиторів, обмеженими можливостями, складністю доступу до інформації або неправильним організаційним підходом. Розв'язання цих проблем потребує підвищення кваліфікації персоналу, вдосконалення системи управління та забезпечення інформацією.

Компетентність і кваліфікація аудиторів - важливі чинники, що впливають на ефективність внутрішнього аудиту.

Нині, в умовах швидко мінливих бізнес-середовищ, внутрішній аудит стає дедалі важливішим для ефективного управління підприємствами. Для того щоб бути готовими до викликів сучасного бізнесу, компанії повинні застосовувати сучасний підхід до розвитку внутрішнього аудиту.

Перший сучасний підхід полягає у використанні технологій. З появою нових інформаційних систем і програмного забезпечення внутрішній аудитор має бути в курсі останніх технологічних досягнень. Автоматизація процесів аудиту дає змогу розв'язувати задачі більш ефективно й точно, а також прискорює процес збору та аналізу даних.

Другий підхід пов'язаний із розвитком компетенцій аудиторів. Внутрішній аудит став набагато складнішим і багатofункціональнішим, тому аудитори повинні володіти широким спектром знань і навичок.

Компанії повинні інвестувати в навчання своїх аудиторів, щоб вони могли ефективно вирішувати свої завдання і пристосовуватися до нових вимог.

Третій підхід пов'язаний з використанням аналітичних даних. Нині компанія надає можливість перегляду даних, і внутрішній аудитор повинен вміти використовувати цей потенціал. Застосування аналітичних інструментів і методів дає змогу виявляти аномалії, виявлення зв'язків і тенденцій, а також прогнозувати можливі ризики та проблеми.

Четвертий підхід - це співпраця з іншими функціями управління. Внутрішній аудитор повинен співпрацювати з іншими відділами підприємства, такими як фінансовий, юридичний, ризик-менеджмент тощо. Це дає змогу отримати більш повне уявлення про діяльність підприємства, а також забезпечує більш ефективне та узгоджене управління.

Застосування сучасних підходів до розвитку внутрішнього аудиту допомагає компаніям бути готовими до вирішення завдань сучасного бізнесу та ефективно управляти своїм середовищем.

Внутрішній аудит відіграє основну роль у системі управління підприємством. Він допомагає забезпечити належний контроль, управління ризиками та досягнення стратегічних цілей організації. Внутрішній аудитор проводить незалежну оцінку ефективності та результативності бізнес-процесів, виявляє вразливості та пропонує рекомендації щодо їхнього поліпшення.

Для поліпшення внутрішнього аудиту рекомендується встановити стратегічне партнерство з вищим керівництвом, зосередитися на підвищенні компетентності та кваліфікації аудиторів, забезпечити кращий доступ до інформації та ресурсну підтримку.

Внутрішній аудит є важливим елементом системи управління підприємством. Для розв'язання проблем і викликів, що стоять перед зовнішнім аудитом, рекомендується запровадження партнерських відносин із вищим керівництвом, підвищення компетентності та кваліфікації аудиторів.

Інформаційні джерела

1. Каменська Т. Основні напрями діяльності внутрішнього аудиту в системі управління / Т.Каменська // Бух. облік і аудит. – 2010, – №7, – С. 40-43.

2. Макеєва О. Перспективи розвитку внутрішнього аудиту в Україні. Економіст. 2010. №6. С. 54-57.

3. Чуєнков А.Є. Сутність та організація служби внутрішнього аудиту. Економічний часопис XXI. 2010. №7-8. С. 38-42.

4. Чміль Г. Л., Кащена Н. Б., Остапенко Р. М. Моніторинг розвитку промислових ринків України: стан та перспективи в умовах глобалізації. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 3 (70). Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. С. 37-45. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/37953>

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО СЕРВІСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Ткаченко О.С., здоб. ОС «магістр»

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

Сучасна економіка потребує змін та нововведень, які забезпечуються генеруванням і поширенням нових ідей та знань, що залежить від обсягів інноваційних перетворень як результату адаптації підприємств до розвитку сучасного світу. Безумовною та логічною стала потреба в зміні індустріального розвитку на інноваційний розвиток, що відповідає би вимогам сучасного етапу розвитку економіки.

Наразі в умовах діджиталізації бізнес-процесів особливої актуальності набуває необхідність застосування інноваційних підходів до управління підприємством, що сприятиме підвищенню ефективності його розвитку, конкурентоспроможності та закріпленні позицій на сучасному ринку.

Особливостями системи управління підприємством в умовах діджиталізації є: отримання й обробка даних в режимі реального часу; можливість швидкого прийняття рішень; орієнтація на споживача/постачальника; висока швидкість реакції на зміни; підвищення іміджу підприємства завдяки швидкій комунікації з клієнтами; управління процесами на основі застосування автоматизованих технологій обробки і аналізу даних [1].

Варто зазначити, що, передусім, в умовах діджиталізації особливе місце обіймає питання інформаційно-аналітичного сервісу управління підприємства.

З метою кращого розуміння сутності поняття інформаційно-аналітичного сервісу, а також його значення в процесі організації обміну інформацією між суб'єктами та об'єктами системи управління, узагальнено підходи вчених-науковців до трактування цього поняття (рис. 1).



Рис. 1. Узагальнення трактувань поняття інформаційно-аналітичного сервісу

Отже, під інформаційно-аналітичним сервісом фактично розуміють процес забезпечення суб'єктів управління інформацією щодо всіх аспектів діяльності підприємства, а також її поширення між підрозділами за допомогою налагоджених комунікаційних зв'язків з метою створення умов для результативної діяльності як окремої ланки, так і для господарської діяльності сучасного підприємства в цілому.

В той же час, діджиталізація бізнесу, його орієнтація на цифрові технології, дозволяє збільшити обсяги обробки інформації із розширенням мереж як внутрішніх, так і зовнішніх взаємозв'язків та просуванням нових продуктів через цифрову платформу. Прагнення до перемоги в конкурентній боротьбі висуває нові вимоги до управлінців, які мають ставити амбітні, але досяжні цілі, формувати бачення майбутнього підприємства і робити його надбанням всіх співробітників, стимулювати пошук і знаходити нові нетривіальні рішення [2].

Діджиталізація має відбуватись не стихійно, а прораховано з чітким розумінням наслідків змін і нового проекту розвитку. В іншому випадку діджиталізація матиме зворотній ефект – імітаційний розвиток, що спричиняє формування ризикованої моделі розвитку підприємства.

Підставою діджиталізації не може бути короткостроковий проект, націлений на одноразове отримання прибутку, це має бути довгострокова політика змін, що потребує певних інвестицій та часу, а також реальної оцінки мотивів трансформацій та узгодженості зі стратегічним планом розвитку підприємства.

Так, при організації сучасного бізнесу доцільно передбачити створення інноваційного середовища з розвинутим сервісом цифрових трансформацій. Діджиталізація розглядається як інструмент реалізації системного підходу до формування бізнес-процесів, що полягає в інтеграції інноваційних моделей та інформаційно-аналітичного сервісу управління.

В умовах діджиталізації підприємству доцільно розробити принципово нову модель бізнесу, що матиме системний характер та передбачатиме підвищення аналітичності. Так, потрібно пам'ятати, що бізнес – це складна система зі складними взаємозв'язками, і інформація має надходити на кожному етапі прийняття рішень. В той же час, підвищення аналітичності має передбачити розширення якісних та кількісних параметрів даних, які складають інформаційну основу діяльності підприємства.

Застосування окресленої моделі діджиталізації сприятиме підвищенню ефективності інноваційного розвитку, досягнення

поставленої мети з можливістю покрокового аналізу інформації і, як наслідок, коригування плану та мінімізації ризиків.

Проте, інформаційно-аналітичний сервіс підприємства базується не лише на цифрових, а й на розвинутих управлінських технологіях. А отже власникам підприємств доцільно сформулювати нові підходи та стратегії до моделювання інформаційних рішень, як результату оперування базами даних на різних рівнях інформаційного середовища.

Найефективнішим способом раціоналізації управління інформацією є здійснення інформаційної політики відповідно до прийнятої моделі управлінського впливу на інформаційні процеси. Така політика передбачає єдність методів, технологій і процедур обробки інформації зі стилями управління.

Інформаційні джерела

1.Бойда С. Інноваційні підходи до управління підприємствами в умовах діджиталізації економіки. Економіка та управління підприємствами. Випуск I (85), 2022. С. 72-81. URL: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2022/v1/6.pdf>

2.Бочуля Т.В., Кашперська А.І. Гносеологія інновацій та розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)*, №4(68), część 5, 2021. P. 51-64.

3.Кашена Н.Б., Нестеренко О.О. Кашена Н.Б., Нестеренко О.О. Формування інформаційно-аналітичного сервісу управління торговельним підприємством. *Бізнес-навігатор*. 2022. Вип. 2(69). С. 136-131. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.69-19>

4.Нестеренко О.О., Кашена Н.Б. Модернізація системи інформаційно-аналітичного сервісу бізнесадміністрування. *Бізнес-навігатор*. 2022. Вип. 3(70). С. 149-154. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.70-26>

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Федорченко В.А., здоб. ОС «магістр»

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

Основу фінансової системи торговельного підприємства складають грошові потоки. В економічній літературі щодо поняття «грошові потоки» існує багато визначень, що призводить до виникнення протиріч з приводу розуміння даної категорії. Термін

«грошовий потік» бере своє походження із зарубіжної економічної літератури і в перекладі з англійської cash-flow означає рух коштів, однак цей вираз прийнято називати грошовим потоком.

Згідно М(С)БО 7 «Звіт про рух грошових коштів» поняття грошових потоків визначається як «надходження та вибуття грошових коштів та їх еквівалентів» [1]. При цьому, «грошові кошти складаються із готівки в касі та депозитів до запитання», а «еквіваленти грошових коштів – це короткострокові високоліквідні інвестиції, що вільно конвертуються в відомі суми грошових коштів і яким властивий незначний ризик зміни вартості». С.В. Юдіна., І.В. Павленко, А.С. Дробот трактують грошовий потік як розподілений у часі притік і відтік коштів на підприємстві [2, с. 258]. І.М. Погорелов визначає грошовий потік як сукупність розподілених в часі обсягів надходження і вибуття грошових коштів в процесі господарської діяльності підприємства [3, с. 115]. М. Романовський описує грошовий потік як результат руху грошових коштів підприємства в часі, тобто загальну різницю між грошовими потоками підприємства та їх погашенням за період [4, с.282].

На нашу думку грошовий потік, (кеш-флоу) – сукупність розподілених у часі притоку та відтоку коштів, що генеруються господарською діяльністю торговельного підприємства, незалежно від джерел їх утворення.

Щоб досягти необхідних цілей у торговельному бізнесі, забезпечити стабільне зростання показників фінансової діяльності, обліково-фінансовим службам торговельного підприємства необхідно оптимально організувати управління грошовими потоками.

Грошові потоки торговельної організації класифікуються залежно від характеру операцій, із якими пов'язані, і навіть від того, як інформація про них використовується залежить прийняття рішень користувачами фінансової звітності.

І.М. Погорелов пропонує класифікувати грошові потоки за: видами діяльності, участю в господарському процесі, за напрямом, за рівнем оптимізації, за часом, за моментом оцінки вартості грошових коштів, по характеру формування, за тимчасовим інтервалом [3, с. 115].

На підставі проведеного дослідження ми пропонуємо наступну класифікацію видів грошових потоків за: спрямованістю руху, рівнями управління; видами діяльності; відношенням до підприємства; методом обчислення; рівнем достатності; періодом часу; методом оцінки у часі; методом обчислення; рівнем збалансованості; пріоритетністю формування фінансових результатів (рис.1).

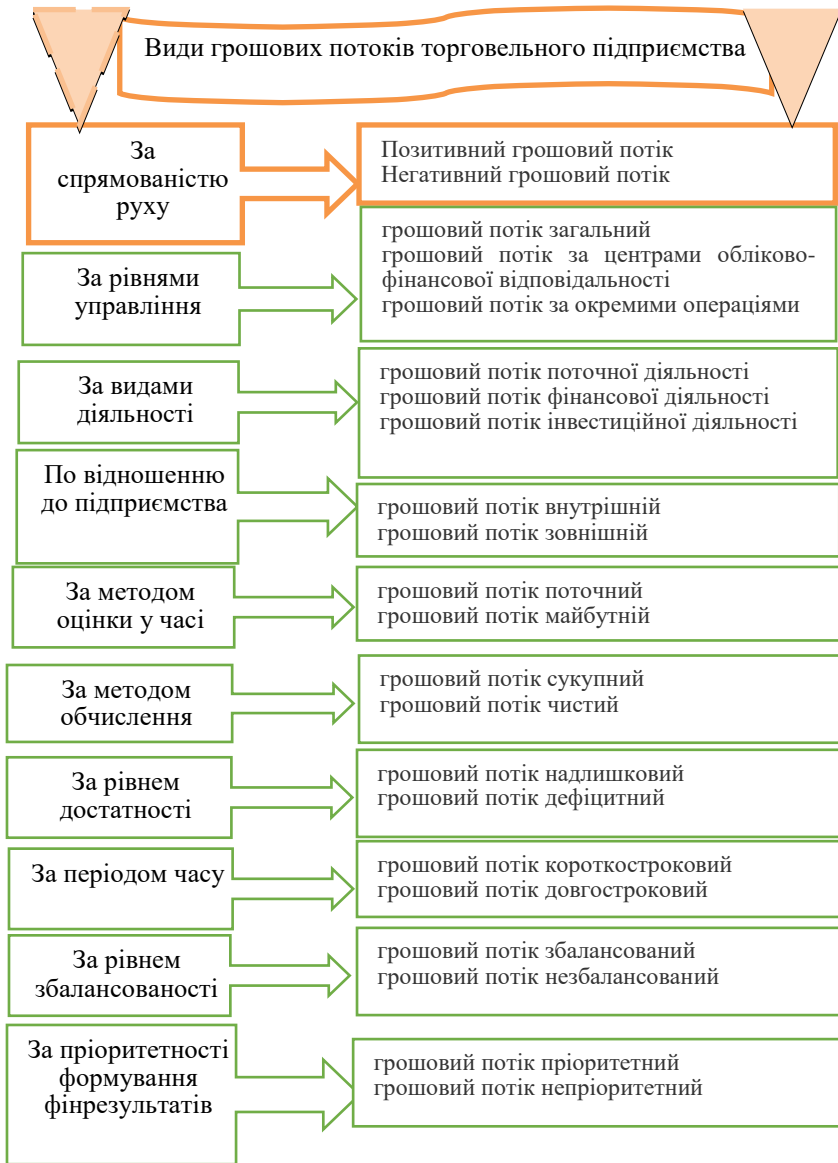


Рис 1. Класифікація грошових потоків за видами для ефективного управління торговельним підприємством

Управління грошовими потоками торговельного підприємства є одним із важливих напрямків діяльності всієї обліково – фінансової системи і базується на нашу думку, на таких основних принципах як надійність інформації, ліквідність, ефективність та баланс (рис.2).



Рис. 2. Принципи управління грошовими потоками торговельного підприємства

Таким чином, ефективно організовані грошові потоки підприємств роздрібної торгівлі є найважливішим показником його фінансового стану.

Інформаційні джерела

1. International Accounting Standard 7 (IAS 7) "Statement of Cash Flows" [Online], available at: URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>

2. Юдіна С.В., Павленко І.В., Дробот А.С. Класифікація грошових потоків та їх вплив на фінансову стійкість підприємства. Гроші, фінанси і кредит. Вип. 48. 2020. С.257-261. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/48_2020_ukr/49.pdf

3. Погорелов І.М. Методологічні засади з проведення аналізу грошових потоків. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). № 15 (1291). С. 115-120. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/36351>

4. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент: підручник, 2-ге вид., перероб. Київ: КНЕУ, 2018. 535 с. URI: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a40e2731-2304-4245-bb11-0692605a28c1/content>

5. Акімова Н. С., Наумова Т. А., Нестеренко І. В. Організаційно-методичні аспекти надання знижок та проведення розпродажів на підприємствах роздрібної торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Вип. 2(18). Ч. 1. С. 11-15. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/5393>

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Худякова Д.С., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.О. Нестеренко**
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

В періоди економічного спаду, коли фінансова рівновага має суттєве значення, постає завдання для кожного підприємства забезпечити на своєму виробництві кращі результати при найменших витратах. Цього можливо досягти лише якщо в компанії налагоджена система контролю за всіма процесами виробництва, здійснюється постійний аналіз витрат та заходи щодо їх оптимізації. Важливість такого контролю в тому, що він дає змогу компанії вчасно звернути увагу на можливі нерациональні витрати, неправильне ведення обліку витрат, неправильний розрахунок собівартості продукції. Таким контролем є внутрішній аудит витрат на виробництво промислової продукції.

Основною метою внутрішнього аудиту витрат на виробництво продукції є перевірка законності та забезпечення правильності, достовірності обліку витрат на виробництво у первинних документах та звітності підприємства, тому за допомогою певної методики внутрішній аудитор може виявити нові можливості для збільшення випуску продукції, покращення якості, зменшення її собівартості тощо. На промисловому підприємстві методикою внутрішнього аудиту витрат на виробництво є система прийомів, за допомогою яких проводиться перевірка. Вона базується на потребі постійного спостереження за діяльністю підприємства. Не існує однієї загальноприйнятої методики здійснення внутрішнього аудиту виробничих витрат, тому кожне підприємство має створювати власну стратегію контролю, яка найточніше відповідає особливостям ведення його господарської діяльності. В той самий час в Міжнародних професійних стандартах внутрішнього аудиту містяться загальні принципи здійснення аудиторських перевірок, на яких й повинна базуватися розроблена аудитором методика контролю.

У своїй роботі внутрішній аудитор при перевірці виробничих витрат використовує такі методичні прийоми та методи для отримання аудиторських доказів:

- Вивчення. Цей методичний прийом сприяє отриманню аудитором доказів різного рівня надійності, що варіюється в залежності від характеру та джерел цих доказів;

- Спостереження і огляд. Візуальний моніторинг процесу виконання операцій і процедур має на меті фактично спостерігати за способом, яким ці операції та процедури здійснюються. Цей метод широко використовується внутрішнім аудитором при аналізі системи внутрішнього контролю з метою оцінки її ефективності та визначення можливих напрямів вдосконалень;

- Опитування. Цей методичний прийом здійснюється за допомогою проведення анкетування чи інтерв'ю у працівників підприємства для того, щоб отримати аудиторські докази в усній та письмовій формі;

- Документальний контроль. Внутрішній аудитор аналізує документацію підприємства з метою встановлення правильності ведення обліку витрат на виробництво;

- Підрахунок. Шляхом арифметичних розрахунків внутрішній аудитор визначає точність записів;

- Аналітичний огляд. Внутрішній аудитор здійснює аналіз шляхом порівняння показників діяльності підприємства та виявляє тенденції змін.

Спочатку внутрішній аудитор повинен розробити план та програму перевірки витрат на виробництво, обираючи для кожного етапу найбільш оптимальні методи контролю. Розглянемо більш детально, як може виглядати план перевірки витрат на виробництво промислової продукції внутрішнього аудитора з урахуванням методів, які аудитор може використовувати на кожному з етапів (табл. 1).

На основі проведених перевірок внутрішній аудитор складає робочі документи (РД):

а) РД 1.1 – Перевірка правильності визначення залишку незавершеного виробництва;

б) РД 1.2 – Перевірка правильності складення первинних документів з обліку виробничих витрат;

в) РД 1.3 – Перевірка правильності віднесення матеріальних витрат до витрат на виробництво;

г) РД 1.4 – Перевірка правильності віднесення витрат по зарплаті та ЄСВ до витрат на виробництво;

д) РД 1.5 – Перевірка правильності віднесення амортизації до витрат на виробництво;

е) РД 1.6 – Перевірка правильності розрахунку виробничої собівартості;

ж) РД 1.7 – Перевірка правильності кореспонденції рахунків витрат на виробництво.

Таблиця 1 – План внутрішнього аудиту витрат на виробництво промислової продукції

Етапи	Процедури	Методи перевірки
Підготовчий	1. Проведення консультацій з керівництвом щодо переліку важливих питань, які стосуються витрат на виробництво продукції 2. Розробка програми аудиту витрат на виробництво. 3. Аналіз виконання внутрішніх політик та процедур, пов'язаних з витратами на виробництво та оцінка внутрішнього контролю	Спостереження, анкетування, опитування, вивчення
Основний	1. Перевірка дотримання обраного методу для обліку виробничих витрат 2. Перевірка правильності визначення залишку незавершеного виробництва 3. Перевірка правильності первинних документів по обліку виробничих витрат 4. Перевірка правильності віднесення матеріальних витрат до витрат на виробництво 5. Перевірка правильності віднесення витрат по зарплаті та ЄСВ до витрат на виробництво 6. Перевірка правильності віднесення амортизації до витрат на виробництво 7. Перевірка правильності розрахунку виробничої собівартості 8. Перевірка правильності кореспонденції рахунків витрат на виробництво	Документальна перевірка, аналітичний огляд, підрахунок, анкетування, спостереження і огляд
Завершальний	1. Складення звіту та розробка рекомендацій. 2. Обговорення звіту з керівництвом. 3. Контроль за виконанням рекомендацій	Узагальнення, спостереження

Запропонована методика здійснення внутрішнього аудиту витрат на виробництво промислової продукції дає можливість аудитору охопити всі важливі аспекти обліку витрат виробництва, перевірити правильність, законність, своєчасність відображення в обліку усіх господарських операцій, пов'язаних з витратами на виробництво, виявити порушення та розробити рекомендації щодо їх усунення та підвищити економічну безпеку підприємства.

СИСТЕМА «СТАНДАРТ-КОСТ»: СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ

Шавріна Ю.В., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – канд. ек. наук, доц. **Т.В. Розіт**
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна

Система стандарт-кост (standard costing system) - це система обліку витрат, яка використовує стандартні витрати для відображення фактичних витрат. Стандартні витрати - це передбачувані витрати на одиницю продукції або послугу, які встановлюються на основі минулого досвіду, експертних оцінок або інших методів [1].

Система стандарт-кост складається з двох основних етапів:

Етап 1 – розрахунок стандартних витрат. На цьому етапі визначаються стандартні витрати на матеріали, заробітну плату та накладні витрати. Основні витрати будуть розраховані наступним чином:

Стандартні витрати на матеріали розраховуються на основі норм витрат матеріалів та фактичних цін на матеріали, у той час як норми витрат матеріалів - це кількість матеріалів, необхідна для виготовлення одиниці продукції, а фактичні ціни на матеріали - це ціни, які фактично сплачуються постачальникам.

Стандартні витрати на заробітну плату розраховуються на основі норм часу та фактичних заробітних плат, при тому, що норми часу – це кількість часу, необхідна для виготовлення одиниці продукції, а фактичні заробітні плати - це заробітні плати, які фактично виплачуються працівникам.

Стандартні накладні витрати розраховуються на основі норм накладних витрат та фактичних витрат на оплату праці, матеріальні витрати та інші накладні витрати, коли норми накладних витрат - це відсоток від вартості матеріальних витрат або відсоток від прямих витрат праці [2].

Етап 2 – порівняння фактичних витрат із стандартними. Для порівняння фактичних витрат із стандартними використовуються

відхилення. Відхилення можуть бути позитивними або негативними. Позитивні відхилення вказують на те, що фактичні витрати нижчі за стандартні. Негативні відхилення вказують на те, що фактичні витрати вищі за стандартні [4].

Відхилення можуть бути класифіковані за видами витрат, а також за причинами виникнення. Види відхилень за видами витрат:

- відхилення від норм витрат матеріалів;
- відхилення від норм часу;
- відхилення від норм накладних витрат.

Варто зазначити, що причини виникнення відхилень можуть бути різними, зокрема:

- економічні фактори, такі як зміна цін на матеріали або заробітних плат;
- організаційні фактори, такі як зміни в організації виробництва;
- технічні фактори, такі як зміни в технології виробництва [3].

Система стандарт-кост має ряд переваг, зокрема:

– покращує точність обліку витрат за рахунок використання стандартних витрат. Стандартні витрати є передбачуваними витратами, тому вони можуть бути більш точними, ніж фактичні витрати;

– допомагає контролювати витрати за рахунок виявлення відхилень. Відхилення вказують на те, що фактичні витрати відрізняються від стандартних витрат, а виявлення відхилень дозволяє менеджерам вжити заходів для їх усунення;

– надає інформацію для прийняття управлінських рішень, оскільки відхилення можуть бути використані для прийняття рішень щодо ціноутворення, виробництва, закупівель та інших аспектів діяльності підприємства [1, 3].

Система стандарт-кост має ряд переваг, проте вона також має ряд проблем, які необхідно враховувати при її використанні, зокрема можемо виокремити наступні основні проблеми використання даної системи:

– неточність стандартних витрат, оскільки вони базуються на прогнозах. Зміни в економічних умовах або в технології виробництва можуть призвести до того, що стандартні витрати не будуть відображати фактичні витрати;

– система стандарт-кост може бути складною у використанні, оскільки вимагає збирання та обробки великої кількості інформації;

– відхилення від стандартних витрат можуть бути використані для упередженого прийняття рішень. Наприклад, позитивне відхилення може бути використано для виправдання підвищення цін, а

негативне відхилення може бути використано для виправдання скорочення витрат [4].

Система стандарт-кост є ефективним інструментом для управління витратами, однак вона має ряд обмежень, які необхідно врахувати при її використанні.

Для підвищення ефективності впровадження та використання системи стандарт-кост ми пропонуємо дотримуватись наступних рекомендацій:

1. Ретельно проаналізувати витрати підприємства перед впровадженням системи. Це допоможе встановити точні стандартні витрати. Для аналізу витрат підприємства необхідно зібрати і проаналізувати таку інформацію про витрати минулих періодів та фактори, які впливають на витрати. На основі аналізу витрат підприємства можна встановити стандартні витрати на одиницю продукції або послугу. Стандартні витрати повинні бути точними, щоб система стандарт-кост могла бути ефективною.

2. Забезпечити навчання працівників з використанням системи. Це допоможе працівникам зрозуміти, як працює система та як використовувати її для виявлення та усунення відхилень. Навчання працівників може бути проведене в формі теоретичних занять, практичних тренінгів або за допомогою електронних навчальних матеріалів.

3. Регулярно переглядати стандартні витрати для забезпечення їх відповідності фактичним витратам. Це зумовлено тим, що фактичні витрати можуть змінюватися з часом під впливом різних факторів. Перегляд стандартних витрат може бути проведений на основі аналізу фактичних витрат за попередні періоди.

4. Впровадити систему управління відхиленнями для своєчасного виявлення та усунення відхилень. Відхилення від стандартних витрат є сигналом того, що щось не так з виробництвом або іншими аспектами діяльності підприємства. Виявлення відхилень дозволяє менеджерам вжити заходів для їх усунення.

Тож, впровадження та використання системи стандарт-кост може бути ефективним способом управління витратами, але для підвищення ефективності системи необхідно врахувати можливі проблеми та вжити заходів для їх вирішення.

Інформаційні джерела

1. Гриценко В.М., Чумак В.В., Чумак І.І. Система стандарт-кост: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2021. 208 с.

2. Пилипишин О.В., Бойко О.О. Система стандарт-кост як інструмент управління витратами в умовах нестабільної економічної ситуації. Економіка і управління підприємствами. 2022. № 9. С. 17-23.

3. Horngren C.T., Foster G., Datar S.M. Cost Accounting: A Managerial Emphasis. 14th Edition. Prentice Hall, 2013. 1072 p.

4. Bragg S.M. Cost Accounting: A Contemporary Approach. 12th Edition. McGraw-Hill, 2014. 1128p.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Шушлебін О.С., Юрченко Т.Д., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.О. Бірченко**
Державний біотехнологічний університет

Теоретико-методологічні аспекти формування облікової політики відіграють вирішальну роль у забезпеченні ефективного фінансового управління та прийняття рішень підприємствами. Облікова політика повинна забезпечити відповідність звітності нормативним вимогам, передбачити організаційні аспекти її підготовки та документообіг.

Відповідно до Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, зокрема П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» «облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності» [1]. За Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» облікова політика – «конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при складанні та поданні фінансових звітів» [2].

Облікова політика необхідна для забезпечення прозорості та надійності фінансової звітності, полегшуючи прийняття рішень різними зацікавленими користувачами.

Одним із ключових теоретичних аспектів формування облікової політики є концепція актуальності та достовірного уявлення. Фінансова інформація має бути актуальною для зацікавлених сторін, тобто вона має бути здатною впливати на процес прийняття ними рішень. У той самий час вона має правдиво відображати фінансову реальність підприємства. Теоретичні засади визначають вибір облікової політики, яка задовольняє цим вимогам та підвищує достовірність фінансової звітності.

Виходячи з цього, слід враховувати перелік важливих факторів, які значно впливають на вибір облікової політики:

- організаційно-правова форма підприємства;
- вид діяльності (промисловість, будівництво, торгівля, посередницька діяльність);
- обсяги діяльності, структура підприємства, середньооблікова чисельність працівників;
- податкове поле діяльності підприємства (звільнення від різного виду податків, ставки податків);
- свобода в прийнятті управлінських та фінансових рішень;
- стратегія фінансово-господарського розвитку (стратегічні цілі, розробка плану досягнення фінансових результатів);
- наявність матеріальної бази;
- система інформаційного забезпечення підприємства для достовірного та ефективного впровадження технологій;
- система матеріальної зацікавленості в ефективності роботи підприємства та матеріальної відповідальності за виконуване коло обов'язків.

Крім того, важливо враховувати вплив зовнішніх факторів на формування облікової політики. Зміни у законах, правилах та діловій практиці впливають на розробку та модифікацію облікової політики. Наприклад, прийняття нових міжнародних стандартів бухгалтерського обліку може вимагати від підприємства перегляду своєї політики для відповідності оновленим основам.

Методологічні аспекти формування облікової політики повинні включати консультативний підхід із залученням ключових зацікавлених сторін, таких як керівництво, аудитори та регулюючі органи. Цей спільний процес гарантує розгляд різних точок зору, що призводить до вибору політики, яка найкраще відображатиме фінансовий стан підприємства та відповідатиме потребам зацікавлених сторін.

Отже, теоретико-методологічні аспекти формування облікової політики мають вирішальне значення для досягнення підприємством прозорості та надійності фінансової звітності. Формування облікової політики на підприємстві є дуже складним, трудомістким і відповідальним процесом, оскільки вона вимагає виконання ряду складних аналітичних процедур і розробляється не на один рік. Це вимагає від підприємства більш виваженого підходу до формування облікової політики, яка б враховувала особливості його діяльності.

Інформаційні джерела

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затв. наказом М-ва фінансів України від 07.02.2013р. № 73 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

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

ОБЛІК І ВИПЛАТА ДИВІДЕНТІВ ТА АКЦІЙ В КОРПОРАЦІЯХ

Ярова А.О., здоб. ОС «бакалавр»

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

Власний капітал є одним із найважливіших складових фінансової структури корпорацій. Він відображає вклад власників, забезпечує фінансову стійкість підприємства та є основою для формування активів. Облік формування власного капіталу має велике значення для ефективного фінансового управління та прийняття стратегічних рішень корпорацією. У цій статті розглянемо процес формування власного капіталу, його складові та основні аспекти обліку цього процесу.

Власний капітал – це частина активів підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань. Власний капітал (також називається акціонерним капіталом) корпорації складається з коштів, внесених акціонерами (власниками акцій) та зареєстрованих у вигляді акційного капіталу. Це різновид власних фінансових ресурсів підприємства, які не включають обов'язкових платежів із заборгованості перед сторонніми кредиторами.

Власний капітал є важливим показником фінансової стійкості корпорації і демонструє рівень власних ресурсів, які можуть бути використані для фінансування поточних операцій та інвестицій в майбутнє. З позиції власників акцій, власний капітал є джерелом власних інвестицій та доходів, які вони отримують від участі у корпорації.

Власний капітал корпорації складається з різних складових, які відображають різні джерела та зміни в капіталі. Основними складовими власного капіталу є:

1. Акціонерний капітал представляє собою кошти, внесені акціонерами (власниками акцій) корпорації. Він включає в себе номінальну вартість акцій та можливі додаткові внески, здійснені акціонерами. При випуску акцій, їхню номінальну вартість стає складовою акціонерного капіталу. Також, акціонерний капітал може збільшуватися через додаткові внески акціонерів.

2. Додатковий капітал включає в себе різницю між ринковою вартістю акцій та їх номінальною (або оголошеною) вартістю. Ця

різниця виникає, коли акції продавалися за ціною, вищою за їхню номінальну вартість, і ця сума перевищує номінальну вартість акцій.

3. Резервний капітал включає в себе нерозподілений прибуток корпорації, який не був виплачений у вигляді дивідендів акціонерам або не був використаний для інших потреб. Цей капітал залишається в корпорації і може використовуватися для різних цілей, таких як розширення бізнесу або погашення зобов'язань.

4. До інших складових власного капіталу можуть входити різноманітні елементи, такі як викуплені власні акції та інші форми власного капіталу, які відрізняються від звичайних акцій.

Облік формування власного капіталу в корпораціях вимагає дотримання балансових стандартів та визначення обсягу капіталу для кожного згаданого виду капіталу (акціонерного, додаткового, резервного та інших). Облік проводиться на рахунках бухгалтерського обліку та відображається в фінансових звітах корпорації.

Облік формування та нарахування дивідендів проводиться на рахунках бухгалтерського обліку та облікових записках. Рішення про виплату дивідендів приймається загальними зборами учасників (акціонерів) корпорації. Фінансовий звіт про прибуток підприємства за звітний період, яка може бути спрямована на виплату дивідендів, відображається на рядку "Чистий прибуток" форм № 2 "Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)".

Фінансова можливість корпорації виплачувати дивіденди залежить від рівня прибутку та наявності вільних фінансових ресурсів. Виплата дивідендів може бути здійснена грошима, іншими активами або акціями корпорації.

При виплаті дивідендів акціями, здійснюється пропорційний розподіл додаткових власних акцій корпорації між існуючими акціонерами. Це дозволяє корпорації уникнути витрат на грошові виплати та оподаткування, а також збільшити кількість акцій при незмінному розмірі капіталу. Виплата дивідендів може впливати на ціну акцій компанії та реакцію інвесторів залежно від їхніх інвестиційних цілей і очікувань.

Власний капітал є важливим фінансовим показником корпорації, що відображає рівень внеску власників та ресурси, які можуть бути використані для розвитку та виплати дивідендів. Облік формування власного капіталу вимагає точності та дотримання балансових стандартів. Виплата дивідендів акціями може бути ефективним способом виплати прибутку акціонерам та забезпечити фінансову стабільність корпорації.

Структура капіталу корпорації може впливати на її фінансову стійкість. Високий рівень власного капіталу може зменшити ризик банкрутства, оскільки це означає, що корпорація має достатньо власних ресурсів для покриття своїх зобов'язань. З іншого боку, низький рівень власного капіталу може зробити корпорацію більш уразливою до фінансових турбуленцій, оскільки це означає, що корпорація має менше власних ресурсів для покриття своїх зобов'язань.

Розмір власного капіталу корпорації впливає на її здатність витримувати фінансовий стрес. Корпорації можуть залучати власний капітал через випуск нових акцій, залучення інвесторів та облік резервного капіталу. Виплата дивідендів може впливати на ціну акцій компанії на фондовому ринку: новий пакет акцій може знизити їх ціну, а виплата дивідендів - позитивно вплинути.

Власний капітал і боргове фінансування - дві основні форми фінансування для компаній. Власний капітал не потребує повернення і забезпечує стабільність, але може бути дорогим і обмеженим. Боргове фінансування - це позика, доступна, але вимагає повернення і може створити фінансовий тиск. Рішення про форму фінансування важливо здійснювати ураховуючи податкові аспекти та потреби корпорації.

Розмір та структура власного капіталу корпорації є фундаментальними для її фінансової стійкості та розвитку. Цей аспект несе велике значення, оскільки він визначає здатність корпорації витримувати економічний стрес та приймати стратегічні рішення. Загалом, розглянуті аспекти вказують на необхідність обґрунтованих рішень у фінансовому управлінні корпораціями, які мають позитивний вплив на їхню фінансову стабільність, розвиток та задоволення інтересів акціонерів.

Інформаційні джерела

1. Атамас П.Й. Управлінський облік: Навчальний посібник. Д. К : Центр навчальної літератури, 2006. - 440с.
2. Бухгалтерський управлінський облік За. ред. Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк, Н.М. Малюга, Л.В. Чижевська; за ред. Ф.Ф. Бутинця - Житомир: ПП "Рута", 2002 - 480 с.
3. Яришко О. В., Ткаченко Є. Ю., Фатюха В. В. Фінансова стійкість підприємства: сутність та основи управління. Інфраструктура ринку. 2021. С. 129-134.
4. Кашена Н. Б., І. П. Порсюрлова. Операції підприємства з цінними паперами: організаційно-методичні аспекти обліку, аналізу і аудиту : монографія. Харків : Видавництво Іванченка І. С., 2021. 355 с. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/11453>

ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ОПЕРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Яцюк О.В., аспірант
Державний біотехнологічний університет

Економіка України поступово пристосовується до функціонування в умовах воєнного стану, і спостерігається певна стабілізація у зовнішньоекономічній діяльності. Як свідчать дані Державної митної служби України про стан зовнішньої торгівлі товарами у I півріччі 2023 р. товарооборот України почав відновлюватися і навіть продемонстрував невелике зростання у вартісному вимірі на 4 %. Проте у фізичних обсягах він зменшився на рівнозначну величину [1].

В умовах сучасних викликів надзвичайно важливим є пошук нових механізмів організації та оперативного регулювання зовнішньоторговельної діяльності й збереження експортного потенціалу підприємств. Драйвером оперативного регулювання зовнішньоторговельних операцій є аналітична система, заснована на передових інформаційних технологіях збору облікових даних, що дозволяють в режимі реального часу із залученням технологій штучного інтелекту приймати відповідні управлінські рішення. Тому актуальним є дослідження сутності зовнішньоторговельних операцій підприємств та особливостей їх бухгалтерського обліку.

Зовнішньоторговельні операції підприємства – це операції, які включають в себе обмін товарами, послугами, капіталом та іншими ресурсами між підприємством і партнерами з інших країн. Ці операції пов'язані із експортом (постачання товарів і послуг з підприємства до іноземних ринків) та імпортом (прийом товарів і послуг із-за кордону) і можуть стосуватися різних видів діяльності, включаючи торгівлю, виробництво, послуги та інші.

Бухгалтерський облік операцій зовнішньоторговельної діяльності має свої особливості порівняно з обліком внутрішніх операцій, оскільки він пов'язаний з міжнародними транзакціями та вимагає дотримання специфічних правил і стандартів. Основні особливості бухгалтерського обліку операцій зовнішньоторговельної діяльності полягають у:

– конвертації валют (зовнішньоторговельні операції вимагають обробки різних валют, і тому бухгалтер повинен виконувати конвертацію валют за поточними курсами обміну для відображення фінансових операцій в національній валюті);

- визначенні митних обов'язків (залежно від міжнародних угод і митних правил, імпортери та експортери повинні розраховувати митні обов'язки та інші збори, пов'язані з перетином кордону, і правильно відображати в облікових записах);

- визначенні вартості операцій (визначення правильної вартості товарів і послуг включає у себе не тільки ціну, але і всі додаткові витрати, пов'язані з транспортом, митними платежами, страхуванням та іншими факторами);

- властивостях податкового обліку (податкові правила для зовнішньоторговельних операцій можуть відрізнятися від внутрішніх операцій, тому підприємства повинні дотримуватися податкових норм та правил, пов'язаних з міжнародною торгівлею);

- зовнішньому звітуванні (підприємства, що здійснюють зовнішньоторговельну діяльність, повинні підготовлювати спеціальні звіти та документи для відображення цих операцій у фінансовій звітності, зокрема, звіти про зовнішню торгівлю);

- вирішенні проблем пов'язаних з ризиком (зовнішньоторговельна діяльність часто пов'язана з великими ризиками, такими як зміни валютних курсів, міжнародні тарифи, політичні ризики тощо, які бухгалтер повинен враховувати при обліку операцій);

- дотриманні міжнародних стандартів (зовнішньоторговельний бухгалтерський облік повинен відповідати міжнародним стандартам бухгалтерського обліку, таким як Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) або Міжнародні стандарти звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП));

Таким чином, зовнішньоторговельна діяльність є складовою економічної діяльності підприємства, і визначається експортно-імпортними операціями з обміну товарами, послугами, капіталом тощо із партнерами з інших країн. Зовнішньоторговельний бухгалтерський облік вимагає особливої уваги до міжнародних аспектів та дотримання відповідних правил та стандартів для ефективного ведення обліку та забезпечення правильного фінансового звітування.

Інформаційні джерела

1. Зовнішня торгівля товарами. Підсумки I півріччя 2023 року. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/zovnishnnya-torhivlya-tovaramy-pidsumky-i-pivrichchya-2023-roku>

2. Кашена Н.Б., Гаркуша Н.М., Сидорова Т.О., Лисак Г.Г. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Х. : ХДУХТ, 2013. 396 с.



Секція 4 МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА РИНКОВІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Андрушкевич Н.В., канд. екон. наук.
доцент кафедри менеджменту та
соціально-гуманітарних дисциплін
Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет»

Сучасна вітчизняна економіка відрізняється вектором руху на зміцнення економічної стабільності та накопичення досвіду у сфері управління організаціями. Для збереження конкурентоспроможності компаніям різної величини необхідно вдосконалити свої бізнес-процеси у вигляді використання найактуальніших сучасних ресурсів – інформаційних і цифрових технологій. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у процес управління організацією сприяє суттєвому підвищенню ефективності витрат та виявленню нових можливостей на ринку.

Цифровізація економіки передбачає перехід до господарської діяльності, при якій ключову цінність становлять інформація, знання та технології. При цьому здійснюється роботизація рутинних завдань та вдосконалення інформаційно-комунікаційних технологій. До основних технологій цифрової економіки, що успішно впроваджуються в даний час, можна віднести когнітивні та командні технології, хмарні технології та обчислення, великі дані, віртуальні валюти, цифрові платформи, цифрову освіту, маркетингову інтеграцію, мікросервіси, багатоканальність, адаптивну безпеку, цифрові двійники, розумних помічників (чат-ботів), мобільні платежі та корпоративні додатки, електроніку, що носить, і централізовані платформи. Кожна з технологій має свої особливості, які можуть бути адаптованими до будь-якої сфери діяльності. Найбільш перспективним напрямом можна вважати хмарні технології, які використовуються як основа більшості сучасних бізнес-моделей і виступають принципом більшої частини економічних взаємодій [1].

Цифрові технології мають значний вплив на сприйняття менеджменту щодо стратегічних цілей, змінюючи поведінку суб'єктів господарювання на сучасному ринку. В цих умовах трансформується контекст теорії споживчого вибору. В умовах цифрової економіки

формується нова роль споживача, який стає безпосереднім учасником процесу розробки нової споживчої цінності, що має можливість впливати на кінцевий продукт та пропонувати виробнику рішення, здатні найбільше задовольнити його потреби. Це призводить до відповідної трансформації економічної діяльності суб'єктів господарювання та їх бізнес-моделей [2].

Організації, що працюють на інтернет-ринках, розвиваються швидше, ніж компанії традиційних секторів економіки, хоча останні також починають все активніше застосовувати мережеві можливості, здатні підвищити успішність їхньої діяльності. У роботі компаній Інтернет стає незамінним інструментом, що дає можливість залучати нових клієнтів, вибудовувати взаємодію з цільовою аудиторією, пов'язувати окремі підприємства та процедури та автоматизувати велику кількість бізнес-процесів.

Іншою важливою тенденцією розвитку бізнесу за умов цифрової економіки є диверсифікація великих компаній. Вертикальна система управлінської організації все частіше доповнюється горизонтальними взаємодіями, виходить за рамки внутрішніх операцій та охоплює ключових партнерів, постачальників та споживачів з ланцюжка створення вартості. В результаті змінюється організаційна культура і етика компанії та реорганізується система мотивації з орієнтацією на професійні та особисті якості співробітників.

Глобальною тенденцією розвитку менеджменту є тотальна диджиталізація, що є новим підходом до взаємодії з клієнтами та побудови організаційної культури. Вся digital-трансформація ґрунтується на роботі з даними, що розглядаються як стратегічний актив, розміри якого постійно збільшуються. У зв'язку з цим ефективність сучасного менеджменту значною мірою визначається коректністю збору та аналізу інформації та якістю прийнятих на її основі рішень. У таких умовах набуває поширення інформаційний менеджмент, сферою охоплення якого виступає сукупність всіх управлінських завдань на всіх етапах життєвого циклу організації, включаючи операції та дії, пов'язані з даними у всіх їхніх станах та формах. При впровадженні інформаційного менеджменту повинні вирішуватись завдання визначення цінності та результативності застосування не тільки безпосередньо інформації, але й інших ресурсів компанії, що тією чи іншою мірою входять у взаємодію із даними: фінансовими, технологічними, кадровими та іншими.

До завдань інформаційного менеджменту входять: створення технологічного середовища інформаційної системи підприємства; експлуатація інформаційних систем; вдосконалення та обслуговування

інформаційної системи; планування у сфері інформаційних систем; створення організаційної структури у сфері інформатизації; розробка інноваційної політики підприємства та реалізація інноваційних програм; управління капіталовкладеннями та персоналом у галузі інформатизації; розробка інформаційних ресурсів та забезпечення їх комплексного захисту[3].

Інформаційне забезпечення є важливою умовою керуваності, однак однієї наявності необхідних даних замало для прийняття правильного управлінського рішення. Крім цього, методологічна база, що лежить в основі більшої частини систем автоматизації, що функціонують на ринку, не дозволяє сформувати адекватну модель соціальної системи, яка б функціонувала в активному середовищі. Тому ефективна цифрова модернізація системи менеджменту компанії повинна ґрунтуватися на комплексному підході, а не зводиться виключно до автоматизації процесів.

Таким чином, успішне функціонування сучасних компаній вимагає відходу від традиційних методів організації системи менеджменту та впровадження інформаційних технологій, що сприяють досягненню господарюючими суб'єктами поставленої мети, забезпеченню відповідності стандартам якості, удосконаленню продуктів на базі аналізу попиту споживачів, скорочення термінів розробки проектів та часу виготовлення продукції. Незважаючи на те, що для багатьох видів економічної діяльності швидка модернізація механізму ведення бізнесу, що тривало формується, важко реалізується, компаніям важливо вміти грамотно оцінювати свої можливості, щоб розставляти пріоритети розвитку і розробляти схему цифрових змін, що сприятиме ефективному здійсненню діяльності. Тільки у разі широкого використання інформаційних технологій у менеджменті та цифровізації бізнес-процесів організація може ефективно конкурувати в умовах сучасного ринку.

Інформаційні джерела

1. Токмакова І.В., Шатохіна Д.А. Стратегічне управління розвитком підприємств в умовах цифровізації економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості № 64, 2018. С. 286-290.

2. Карчева Г.Т. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. Фінансовий простір. 2017. № 3(27). С. 13–21.

3. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 105–112.

УПРАВЛІНСЬКІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Вашечко С.С., аспірант
Державний біотехнологічний університет

Важливою передумовою соціально-економічної стабілізації економіки України стає процес стратегічного планування кадрового потенціалу аграрних формувань. Оскільки кваліфікований персонал закладає фундамент майбутнього успіху підприємства, сили та час, затрачені на його підбір та навчання, зазвичай, цілком себе виправдовують [1]. До сьогоденного часу науковці приділили достатню увагу аналізу процесу кадрового планування в системі управління організаціями. Наукові основи кадрової політики досліджували у своїх роботах як зарубіжні, так і вітчизняні вчені (праці А. Кібанова, А. Маслоу, І. Коропецького, П. Друкера, М. Армстронга, Ф. Хедуорі, Е. Берна, О. Кузьміна, А. Чернявського, С. Петренко, В. Сухарського, Г. Щокіна та ін.) [2-5]. Можна помітити, що іноземні джерела зосереджують увагу здебільшого на плануванні потреби організації в кадрах, тоді як вітчизняні вважають це лише одним з видів кадрового планування, відзначаючи ще ряд інших (планування використання персоналу, планування його навчання тощо). Водночас, деякі теоретичні і практичні аспекти кадрового планування ще не зовсім висвітлені в ученій сфері.

Гостра конкурентна боротьба, що панує сьогодні на ринку, змушує підприємства України приділяти особливу увагу системній роботі з працівниками, яка передбачає вивчення їх професійних здібностей, просування на службі, підбір, тренування, оцінку і розміщення керівних кадрів, удосконалення системи оплати праці, підвищення кваліфікації робочої сили, узгодження економічних і соціальних інтересів трудового колективу [6]. Для того щоб організація успішно впоралась з цими завданнями необхідно визначити основні аспекти кадрового планування, завдяки якому кадрова політика стає довгостроковою і орієнтованою на майбутнє. З огляду на це, існує необхідність у формуванні і втіленні такої кадрової політики, яка б відповідала сучасним економічним процесам та сприяла створенню згуртованої, відповідальної, високорозвиненої й висококваліфікованої групи персоналу [7, с. 190].

Кадрове планування – це система комплексних рішень і заходів із реалізації цілей організації та кожного працівника, яка дає змогу визначити [8]:

- кількість працівників необхідної кваліфікації в конкретному місці та у потрібний момент часу;
- які запити повинні вміти виконувати різні категорії працівників та як знайти тих людей, які б могли реалізовувати робочий план як у конкретні часові рамки, так і в перспективному періоді;
- у який спосіб привертати потрібні і усунути зайві трудові ресурси;
- як вивчати потенціал співробітників і спрямовувати його у правильне русло;
- індивідуальний розвиток здібностей кожного робітника;
- як правильно вирішувати соціальні проблеми персоналу, мотивувати його та справедливо розподіляти винагороди;
- скільки будуть складати витрати на утримання персоналу тощо.

Кадрове планування результативне виключно тоді, коли включається в єдиний напрямок планової діяльності підприємства. Воно не лише вирішує більшість проблем на підприємстві, але й вдовольняє інтереси і вимоги працівників. Наприклад, підприємство потребує кваліфікованої праці, а працівники адекватного зростання рівня її оплати.

Можна визначити такі ознаки ефективного кадрового планування, що покращує результати діяльності підприємства:

- оптимальне використання персоналу (створення вакансій, перерозподіл працівників за їх вміннями для підвищення продуктивності праці, перебудова виробничих процесів тощо);
- поліпшенню процесу формування персоналу;
- запровадження заходів з перепідготовки кадрів;
- зменшення загальних витрат на робочу силу внаслідок систематичної та ініціативної політики на ринку праці.

Для того щоб спланувати потреби у персоналі важливо: провести аналіз і спроєктувати робочі місця; узгодити виробничу програму; унормувати працю; визначити шляхи покращення її ефективності; ієрархічно структурувати роботи з реалізації проєкту тощо.

Вітчизняні вчені виділяють три етапи кадрового планування: 1) оцінка наявного персоналу і його потенціалу; 2) оцінка майбутніх потреб у персоналі; 3) розробка програми розвитку персоналу. На початковому етапі встановлюють головні завдання, враховуючи цілі організації. На усіх робочих місцях й у належний час забезпечується необхідна чисельна та високоякісна трудова діяльність. Також стимулюється ефективність праці співробітників. Далі виробляють

кадрову стратегію підприємства у зв'язку із передумовами його росту та відновлення за пріоритетними напрямками, щоб працівники мали можливість просування по кар'єрних сходах. Крім того, підприємством встановлюються науково-обґрунтовані умови праці з обов'язковим забезпеченням реалізації персональних здібностей кожного працівника. На останньому етапі окреслюють точні цілі кожного працівника й висвітлюють принципи управління всередині підприємства.

Оскільки тривалість планового періоду суттєво різниться, науковці виокремлюють три види кадрового планування [8]:

1. стратегічне (перспективне): орієнтоване на далекосяжні (не менше 10 років) цілі підприємства, курс його розвитку, прогнозуючи зміни попиту на ринку праці, чинники розвитку внутрішньої і зовнішньої торгівлі, концепції і напрямки розвитку промислового та сільськогосподарського виробництва; визначаються усі ресурси (трудові, фінансові, матеріальні тощо), необхідні для досягнення бажаного результату підприємства; віддається перевага одній зі стратегій досягнення цих цілей. Основною рисою є велика гнучкість;

2. тактичне (середньострокове): перетворює глобальні плани в самостійні частини планування, конкретизує їх на період 2-5 років, і відповідно до окреслених завдань залучаються необхідні ресурси;

3. поточне (оперативне): деталізується план на рік, підкріплений необхідними розрахунками і обґрунтуваннями; вирішуються поточні завдання, які обумовлені економічною ринковою ситуацією.

Успішне кадрове планування потребує кадрового контролю, для того щоб цілеспрямовано приймати рішення, оптимізувати використання персоналу, забезпечувати дотримання трудових та соціально-правових норм. Кадровик-плановик бере до уваги планові та поточні дані, виробничі дані про обіг, збут, результат, використаний час, здійснення інвестицій. Він має володіти інформацією про коригування цілей на різних етапах, які призводять до певних кадрових наслідків.

Виходячи з попереднього аналізу теоретико-методичних основ теми дослідження, можна обґрунтувати такі управлінські засади стратегічного планування кадрового потенціалу в організації:

1. Формування кадрової політики та багаторівневе планування кадрової стратегії;

2. Визначення центрів управління персоналом в організаційній структурі підприємства;

3. Організація системи кадрової роботи на підприємстві з визначенням центрів функціональної відповідальності;

4. Мотивація персоналу за системо. Змістових і процесуальних теорій;

5. Проектування системи довгострокового розвитку персоналу за цілями кадрової стратегії.

Впровадження в організації систематичного кадрового планування дозволяє значно підвищити якість кадрових рішень, що формує передумови для досягнення цілей підприємства й забезпечує перспективи його розвитку. Управління стратегічним плануванням кадрового потенціалу в організації повинно здійснюватися на системній основі, з обґрунтуванням функціональних алгоритмів досягнення цілей на макро- та мікрорівнях.

Інформаційні джерела

1. Грідін О.В. Концептуальні підходи до створення ефективної системи управління персоналом. *Вісник Харківського національного технічного університету імені Петра Василенка: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип. 188. С. 228-236.

2. Грідін О.В. Особливості та чинники формування ефективної кадрової політики підприємств аграрної сфери економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*, 2021. Вип. 41. С. 22-26. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2021-41-4 URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/699/687>

3. Іваницька С.Б., Анісова Н.В., Петрова А.О. Кадровий потенціал підприємства: фактори формування та використання. *Ефективна економіка*, 2013. № 10. Крамаренко В.І., Холода Б.І. Управління персоналом фірми: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 272 с.

4. Нагаєв В.М., Нагаєва Г.О. Дидактичні засади формування кадрового потенціалу аграрної сфери як стратегічного ресурсу розвитку соціально-економічних систем. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Вип. 200. Х.: ХНТУСГ, 2019. С. 44-53.

5. Нагаєв В.М., Абраменко П.О. Формування кадрового потенціалу аграрної сфери: освітній аспект. *Вісник ХНАУ*. № 6, 2014. С. 50-60.

6. Пушкар З., Мацькова Г. Кадрове планування як елемент реалізації кадрової політики. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. 2010. Вип. 14-15. С. 193-198. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/26624/1/Пушкар%203.pdf>

7. Reznik Nadiia P., Gridin Oleksandr V. Strategic Planning Of The Socio-Economic Development Of Ukraine: Conceptual Aspects. *International journal of scientific & technology research*. Volume 9, Issue 03, March 2020, pp. 7034-7038. URL: <http://www.ijstr.org/final-print/mar2020/Strategic-Planning-Of-The-Socio-economic-Development-Of-Ukraine-Conceptual-Aspects.pdf>

ВАЖЛИВІСТЬ КОНТРОЛІНГУ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Волосний О.В., Кондратенко А.О., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. техн. наук, доц. **М.М. Чуйко**
Українська інженерно-педагогічна академія

В умовах ринкової економіки та високої конкуренції, організації використовують різні інструменти підвищення ефективності, пошуку прихованих резервів і розкриття потенціалу. Серед таких інструментів – служба контролінгу та управління ризиками на підприємстві.

Діяльність компаній будь-якого рівня схильна до найрізноманітніших загроз. Визначити наявність подібних ризиків та вміти продумувати кроки наперед на всіх рівнях є критично важливим для успішності ведення бізнесу в сучасному світі. Максимально оперативна та адекватна реакція з боку керівництва та персоналу необхідна не тільки у таких виняткових випадках, як наприклад терористичний акт, технологічна аварія, повінь, відключення електроживлення, політична нестабільність, а й у таких поширених, як людська помилка, різка зміна мит або курсу валют, відсутність ключового персоналу або збій комп'ютерної мережі.

Управління ризиками компанії є комплексним підходом до управління, прийняттям та виконанням рішень, що включають принципи організації внутрішнього контролю, стратегічного планування та управління безперервністю бізнесу. Важливою частиною цього процесу є аналіз потенційних ризиків та їх наслідків для бізнесу. На основі цього аналізу визначається ймовірність виникнення ризику, шкода при виникненні для конкретних бізнес-дій, а також взаємозв'язок при виникненні кількох подій одночасно. На підставі цього аналізу створюються окремі плани забезпечення безперервності бізнесу (BCP) та аварійного відновлення (DRP).

Важливим етапом є аналіз ризиків та їх наслідків для бізнесу. На основі цього аналізу визначається ймовірність виникнення ризику, шкода при виникненні для конкретних бізнес-дій, а також взаємозв'язок при виникненні кількох подій одночасно. На підставі цього аналізу забезпечується гнучкість бізнес-моделі, впроваджуються процеси управління функціональними ризиками (наприклад, SCRМ), а також створюються окремі плани щодо забезпечення безперервності бізнесу та аварійного відновлення.

Для забезпечення керованості сучасних підприємств необхідні методи та інструменти управління, що відповідають складності

зовнішнього та внутрішнього середовища підприємств. Таким інструментарієм управління є контролінг. Він координує, інтегрує та спрямовує діяльність усієї системи управління підприємством на досягнення поставлених цілей. Однак ефективність досягнення поставленої мети залежить від правильного розуміння суті та концепції системи контролінгу. Система контролінгу на сучасному підприємстві є інформаційною базою системи управління, яка дозволяє визначити відхилення та їх причини, а також виробити коригувальні дії.

Слід зазначити, що тривалість існування підприємства забезпечується лише прибутками. Тому чим вище цільова спрямованість використання наявних коштів, тим швидше можна забезпечити довгострокове існування підприємства. Але можна встановити факт незапланованого, випадкового успіху, проте свідомо поширювати цей успіх на майбутнє неможливо, якщо не відомі критерії його виникнення, через що він стає некерованим. Тому необхідний інструментарій, який дозволяв би уникати випадковості і, в першу чергу, своєчасно та швидко реагувати на негативні зміни, а також краще використовувати ті можливості, які надаються позитивними змінами. За відсутності такого інструментарію підприємство перестає активно працювати і починає неадекватно реагувати на події, що відбуваються. Щоб уникнути цього, підприємству необхідно чітко сформулювати свої цілі.

Вплив на компоненти успіху підприємства є необхідною умовою існування. Відсутність уваги хоча б по одному з компонентів може негативно зашкодити загальному успіху. Аналізуючи практику виробничо-господарської діяльності як вітчизняних, і зарубіжних підприємств, можна дійти висновку, що інструментом, який дозволяє виключати можливість збитися зі шляху, що веде до мети, а також дотримуватися тимчасового плану і своєчасно виявляти перешкоди, що виникають, є контролінг. Він орієнтує керівників на прийняття ефективних управлінських рішень та відповідні дії шляхом підготовки та надання релевантної інформації.

Таким чином, враховуючи швидкі зміни зовнішнього середовища, інструменти системи контролінгу та управління ризиками, на сьогодні повинні активно використовуватися керівним складом у процесі управління, що впливатиме на ефективність діяльності підприємства та результати його роботи, розширюючи можливості аналізу, планування та прогнозування. Це дозволить компанії бути конкурентною в умовах ринкової економіки та підвищувати ефективність діяльності.

СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Гавриленко В.Ю., здоб. ОС «магістр»,
Буряк О.М., здоб. ОС «доктор філософії»
Полтавський державний аграрний університет

Управління збутом актуальна проблема для бізнесу. Товари можуть доставлятися рано, можуть зіпсуватися в дорозі або готова продукція може надходити пізно, дозволяючи конкуренту захопити більшу частку ринку.

Ефективний збут продукції настільки важливий, що логістичні практики стали невід'ємною частиною ланцюга постачання та управління запасами. Загалом, налагоджений збут включає багато динамічних змінних, і для ефективного управління вимагає формування політики управління, що відповідатиме потребам і можливостям зовнішнього середовища в реальному часі [1-3].

Управління збутом – це процес, який використовується для нагляду за рухом товарів від постачальника до виробника, до оптового або роздрібного продавця і, нарешті, до кінцевого споживача. Задіяні численні види діяльності та процеси, включаючи ефективне управління постачальниками, пакування, складування, інвентаризацію, ланцюг поставок, логістику та іноді навіть блокчейн [3-5].

Інколи збут можуть ототожнювати з логістикою. Однак логістика – це планування процесів, пов'язаних із ефективним постачанням і транспортуванням товарів і включає такі види діяльності: управління постачанням, пакування і транспортування, контроль, безпека, управління автопарком, маршрут доставки, відстеження відправлень і складування [2, 4].

Збут – це система управління логістикою, яка зосереджена на виконанні замовлень по різних каналах розподілу (ланцюжки агентів і суб'єктів, якими рухається продукт або послуга на шляху від точки виробництва до споживача). Прикладами каналів збуту є: веб-сайти електронної комерції, оптовиків, роздрібних торговців і сторонніх або незалежних дистриб'юторів. Розповсюдження включає такі дії та процеси, як споживче або комерційне пакування, виконання замовлень і доставка замовлень [2, 4].

Управління дистрибуцією – це, перш за все, організація всього, що пов'язано з своєчасним доставленням товару до покупця з найменшими витратами. Тому це безпосередньо впливає на прибуток [1-5].

Окрім збільшення прибутку, управління збутом зменшує витрати підприємства різними способами, починаючи від зменшення псування і браку до зменшення витрат на складування, оскільки продукцію і товари можна доставляти за потреби [1-5].

Управління збутом призводить до зниження витрат на доставку та швидкої доставки продукції клієнтам, а також полегшує роботу покупців, оскільки дає змогу робити покупки в одному місці [1-5].

Проблеми зі збутом можуть виникати через природні фактори включаючи несприятливі погодні явища, дефіцит сировини (наприклад, неврожайні роки), пошкодження шкідниками та епідемії чи пандемії. Людський фактор також може суб'єктивно впливати на ефективність збутової діяльності (протести, війни, страйки, тощо) [1-5].

Технічні фактори також негативно впливають, зокрема несправність транспортних засобів, простої та аварії, а також затримка рейсів і обмежувальні або нові транспортні правила, такі як ті, що регулярно спостерігаються у вантажних перевезеннях [1-5].

Економічні виклики включають спади, депресії, раптові падіння або підвищення попиту на ринку, зміни вартості курсу валюти та проблеми з оплатою [1-5].

Вибір ефективної системи управління збутовою діяльністю для підприємства значною мірою залежить від цілей та завдань збутової політики фірми, а також від моделей і каналів розподілу, які використовуються. Але, як правило, підприємства повинні оцінювати [1-5]:

- простоту інтеграції та сумісність із наявними системами збуту;
- масштабованість та еластичність каналів розподілу;
- безпеку використання каналів розподілу;
- управління даними та аналітику, враховуючи потокові системи передачі даних у реальному часі та обмін даними;
- адаптивність, щоб швидко пристосуватися до швидких змін, необхідних для подолання перешкод або використання нових можливостей.

Переваги, що забезпечує ефективно сформована система збуту [1-5]:

- збільшення доходу підприємства (особливо при орієнтації на великих клієнтів із великим бюджетом, які готові витратити більше, ніж представники малого та середнього бізнесу. Хоча для залучення корпоративних клієнтів може знадобитися більше інвестицій, ціна цих клієнтів за весь період може бути значною. Ці контракти також можуть значно вплинути на оцінку компанії);

- підвищення впізнаваності бренду (коли можете назвати відому компанію одним із своїх клієнтів, стає легше залучати менші підприємства. Щоб завоювати корпоративних клієнтів, важливо позиціонувати свій бренд як лідера думок. Це вимагає зусиль, але налаштовує бренд на довгостроковий успіх. Це може підвищити впізнаваність бренду та спростити залучення нових клієнтів);

- стабільніші відносини зі своїми постачальниками. (дотримуючись розробленої політики збуту можливо вибудувати довготривалі відносини, які забезпечать дохідність протягом багатьох років).

Отже, сформована маркетингова збутова політика, забезпечить підприємство ефективними каналами збуту, постійним потоком виручки (без касових розривів), підвищить впізнаваність бренду і забезпечить довготривале перебування компанії на ринку.

Інформаційні джерела

1.Безугла Л. С. Формування маркетингової збутової політики підприємства. Інфраструктура ринку. 2018. № 24. С. 111 - 116. URI: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/1699>

2.Біловодська, О.А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85-97.

3.Балабанова Л.В., Мітрохіна Ю.П. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: підручник. Донецьк: Дон. ДУЕТ, 2009. 245 с.

4.Міщук І. П. Формування системи логістики як умова підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі. Вісник соціально-економічних досліджень. Одеса : ОНЕУ, 2013. Вип. 4 (51). С. 98-105.

5.Балабанова Л. В., Ю. П.Мітрохіна. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств : [підручник] Донецьк : Дон. ДУЕТ , 2009. 245 с.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Гурницький О. М., аспірант

Науковий керівник – канд. екон. наук., проф. **Н.М. Тюріна**

Хмельницький національний університет

Криза, що вразила економіку України через повномасштабну війну з російськими агресорами, потребує розробки відповідних заходів антикризового управління. Для ефективного реалізації такого управління особливо важливим є розуміння того як вірно сформувати

антикризовий потенціал, його відмінності від потенціалу підприємства, що функціонує в умовах стабільного розвитку.

Антикризовий потенціал є ресурсним підґрунтям для прийняття управлінських рішень в умовах кризи. Тому детальніше розглянемо сутнісні характеристики поняття «антикризовий потенціал». Для цього нами було досліджено трактування цього поняття різними авторами (Н. Зарубеєва, Г. Ортіна, О.Мороз, Т.В. Булович, О. Белозерцев, І.В. Шварц, С. Адонін, О. Лозова, А. Подгородная, С. Грудіна та інші).

За результатами дослідження приходимо до висновку, що визначення поняття «антикризовий потенціал», які виконані різними авторами, об'єднують такі спільні сутнісні ознаки: наявність потенційних можливостей та здатність підприємства протистояти кризовим явищам. На нашу думку, враховуючи та поважаючи колективну думку авторів, ці ознаки повинні бути враховані при формуванні структури та змісту антикризового потенціалу.

Крім сутнісної характеристики важливо також зрозуміти чи існують структурні відмінності антикризового потенціалу від потенціалу у стабільних умовах. Виходячи із досліджень структури антикризового потенціалу, які були попередньо проведені різними авторами, можемо зробити висновок, що основними його складовими є: фінансовий, виробничий, організаційно-управлінський, технологічний, ресурсний та інноваційний потенціали, тобто це ідентична структура звичайного потенціалу. На нашу думку, цей перелік може бути подовжений, зважаючи на основну ціль антикризового потенціалу - протистояти кризовим явищам або їх подолати. Для досягнення заявленої мети мають бути задіяні усі наявні та необхідні ресурси. Тобто, структура антикризового потенціалу може бути ідентичною із структурою наявного потенціалу підприємства, де можна виділити такі основні складові: фінансова; інноваційна; трудова; організаційно-управлінська; інвестиційна; інформаційна; маркетингова; виробнича; науково-технічна. Однак ці складові також можуть змінюватись та доповнюватись залежно від сфери діяльності. Наприклад, якщо на підприємстві присутні логістичні процеси, то до структури потенціалу має бути додана також логістична складова.

Але, на нашу думку, зважаючи на різність цілей в процесі управління в умовах кризи, наповнення складових існуючого та антикризового потенціалів мають різнитись. Розглянемо особливості формування окремих складових саме антикризового потенціалу.

В процесі діяльності підприємства в кризових умовах воно змушене використовувати саме наявні, а не нові, потенційні ресурсні можливості для формування дієвих механізмів протистояння кризі. Але в таких умовах змінюються форми та масштаби потенційних ресурсів, до прикладу, інвестиційні ресурси, у зв'язку з дефіцитом фінансових ресурсів та з проблемами платоспроможності підприємства, можуть використовуватись обмежено, чи взагалі не використовуватись. Це стосується також і інших складових потенціалу.

Добре було б щоб фінансова складова містила резервний фонд, який передбачений для використання саме у критичних кризових ситуаціях, наприклад, пов'язаних з відновленням платоспроможності підприємства.

Інноваційна та інвестиційна складові можуть взагалі не використовуватись у антикризовому потенціалі, адже розробка та впровадження інновацій завжди потребують залучення додаткових інвестиційних фінансових ресурсів, що є проблемним у кризових умовах. Наявність та реалізація цих складових потенціалу більше доцільна в умовах стабільного та успішного функціонування підприємства.

Трудова складова потенціалу є безперечно обов'язковою, але має бути оптимізована за критерієм мінімізації витрат та відповідати основному завданню управління в кризових умовах – зниження витрат для відновлення платоспроможності.

Організаційно-управлінська складова антикризового потенціалу має розвиватись у напрямку максимальної координації та злагодженої роботи усіх структурних підрозділів, спрямованої на виведення підприємства з кризи.

Активно також має бути задіяна і інформаційна складова. Необхідно використовувати усі знання та досвід працівників, технічну документацію, технології виробництва, що можуть акумулювати ідею для вирішення складних та термінових завдань, що виникають у кризових умовах. Інформаційна складова, в свою чергу, тісно пов'язана також з маркетинговою складовою потенціалу, що реалізується через антикризовий маркетинг. Він передбачає моніторинг зовнішнього середовища про сигнали погіршення стану підприємства на ринку, втрату конкурентоспроможності, зниження його платоспроможності тощо, або навпаки свідчить про позитивні зміни в окремих сферах діяльності та ставить за мету отримання необхідних фінансових ресурсів від збільшення обсягів збутової діяльності на підприємстві.

Не зменшуючи важливість усіх складових потенціалу підприємства важливою є виробнича складова. Наповнення цієї складової потенціалу має вагомий вплив на загальний стан діяльності підприємства, але у кризових умовах важливо зробити акцент на такому: стан технології виробництва, рівень організації виробництва, раціональність організації бізнес-процесів, якість внутрішнього управління підприємством, оптимальне завантаження виробничих потужностей, системі планування та контролю, системі моніторингу критеріїв результативності бізнес-процесів тощо. Саме такі пріоритети допоможуть оптимізувати виробничий процес, знизити витрати та підвищити його ефективність і, як наслідок, підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Ми розглянули лише окремі аспекти, що стосуються трансформації наявного потенціалу в антикризовий. Підсумовуючи, можемо трактувати, що ми розглядаємо антикризовий потенціал підприємства як сукупність потенційних можливостей суб'єкта господарювання, що формуються в процесі антикризового управління шляхом трансформації, оптимізації та адаптації складових його наявного потенціалу відповідно до виду кризи для формування дієвого механізму її подолання, або протистояння потенційно можливим кризовим явищам.

Таким чином, структурні складові потенціалу підприємства у стабільних умовах та антикризового потенціалу можуть бути ідентичними, але їхнє наповнення буде різним, тобто у кризових умовах відбувається трансформація складових потенціалу для ефективного протистояння кризовим явищам або подолання кризи.

Інформаційні джерела

1. Self-Developing Systems in the Conditions of Anti-Recessionary Management.
URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115004207>

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Гурницький О. М., аспірант
Науковий керівник – канд. екон. наук., проф. **Н.М. Тюріна**
Хмельницький національний університет

Основна причин виникнення контролінгу у теорії та практиці управління - потреба в системній координації процесів управління бізнес-процесами підприємств. Практичне впровадження контролінгу

на іноземних підприємствах дозволило підвищити рівень координованості процесів планування, контролю, обліку, аналізу та регулювання, створити відповідне методичне, інформаційне забезпечення, підвищити якість управлінських рішень та ефективність системи управління в цілому[1]. Це усе надзвичайно важливо для підприємств, що працюють в умовах кризи.

Існуючі теоретичні, практичні напрацювання з контролінгу не виділяють особливості його використання в управлінні підприємствами в кризових умовах. В сфері антикризового управління, що спрямоване на подолання кризи, більше уваги приділяється напрямкам такого управління, а менше технологіям, інструментарію досягнення цілей управління підприємствами в умовах кризи.

Контролінг вперше почав використовуватись у діяльності німецької школи ділового адміністрування. Дослідження сутності цієї дефініції, що були сформульовані зарубіжними, вітчизняними науковцями і практиками, підтверджують, що контролінг найбільшою мірою відповідає українському слову «координування», є одним з дієвих засобів успішного функціонування підприємства, оскільки: є системою визначення цілей, інструментом їх досягнення; виконує координацію усієї системи управління підприємством для досягнення запланованого результату; налагоджує інформаційне забезпечення, процеси прогнозування, планування, контролю, внутрішнього консалтингу; це спеціальна, саморегулююча система методів та інструментів, спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства; забезпечує виживання підприємства на рівнях стратегічного та тактичного управління; сприяє оптимізації залежності «обсяг - витрати – прибуток».

Визначення сутності контролінгу авторами американської та німецької шкіл ділового адміністрування, вітчизняними науковцями, дозволяє розглядати контролінг як процес, що передбачає проведення аналізу та оцінки діяльності підприємства для узгодження стратегічних цілей; як особливу функцію управління, що має економічне спрямування та прогнозний характер з метою виявлення резервів підвищення ефективності діяльності підприємства; як явище, яке пов'язане з інформаційним забезпеченням системи управління підприємства в цілому.

Тобто, контролінг можна розглядати як набір методів та інструментів для координації, планування, обліку, контролю та управління підприємством, а також інформаційне, методичне й консультативне забезпечення управлінських рішень. Світовий досвід переконує у тому, що знання та використання напрацьованого

методичного інструментарію контролінгу у практичній діяльності управлінців є дуже поширеним [1,2]. Ефективна реалізація видів контролінгу, потребує відповідного методичного інструментарію. Використання методичного інструментарію контролінгу в антикризовому управлінні значно полегшує цей процес, допомагає визначати першочергові проблеми, що пов'язані з подоланням кризових явищ у діяльності підприємств та досягнути заплановані результати, спрямовати його на усунення кризових явищ на підприємстві, створення умов для безперервного покращення результативності бізнесу для досягнення поставленої мети.

Таку мету можна досягнути завдяки додатково розвинутих контролінгом функціям координації діяльності підприємством, методичній підтримці його менеджменту, можливості постійної адаптації бізнесу до змін у середовищі існування. Цілі досягнення можуть бути різні та залежні від умов реалізації бізнесу підприємства. У відносно стабільних умовах - розвиток підприємства, збільшення вартості бізнесу, у кризових умовах - це виведення бізнесу з кризи, відновлення платоспроможності, ліквідності та подальший розвиток.

В умовах кризи перевага має надаватись антикризовому фінансовому контролінгу, що передбачає розробку бюджетів, де вкрай важливим є вірний вибір планових показників у бюджеті.

Якщо у стабільних умовах основними показниками є чистий прибуток та вартість власного капіталу, то в кризових умовах - показники ліквідності, ліквідний грошовий потік.

В кризових умовах витрати залишаються найважливішим об'єктом управління. При формуванні бюджетів край важливо забезпечити позитивну динаміку зниження витрат, меншу увагу необхідно приділяти контролю значень показників рентабельності власного капіталу (ROE) та рентабельності інвестицій (ROI), бо в умовах кризи основним є виживання у довгостроковому періоді, а не збільшення прибутку у поточному періоді.

Детальніше про контролінг фінансової діяльності, що є одним з основних видів контролінгу в антикризовому управлінні. Саме контролінг фінансової діяльності напряму корелюється з процесами формування результатів діяльності, що необхідно досягнути для виходу з кризи. Тому застосування методичного інструментарію контролінгу фінансової діяльності має першочерговість у системі антикризового управління підприємством. В кризових умовах актуальною для вирішення стає проблема конфронтації фінансових цілей, що пов'язаних з ліквідністю і платоспроможністю та рентабельністю активів. Досягнення фінансових цілей діяльності

(рентабельність в умовах гарантованої ліквідності), вимагає від керівників підприємства розробки та впровадження фінансової стратегії, що включає комплекс заходів спрямованих на збереженні фінансової рівноваги бізнесу у довгостроковій перспективі.

В кризових умовах витрати залишаються найважливішим об'єктом управління. При формуванні бюджетів край важливо забезпечити позитивну динаміку зниження витрат, меншу увагу необхідно приділяти контролю значень показників рентабельності власного капіталу (ROE) та рентабельності інвестицій (ROI), зважаючи, що в умовах кризи зменшувати терміни окупності інвестицій та збільшувати рентабельність власного капіталу не є першочерговим та актуальним. Основне – це виживання у довгостроковому періоді, а не збільшення прибутку у поточному періоді.

Таким чином, важливість контролінгу в системі управління підприємствами для досягнення запланованих цілей без кризового розвитку є нагальною та потребує подальших досліджень.

Інформаційні джерела

1.G. Bauer, Einführung in das systemische Controlling. 1. Auflage. Heidelberg, 2015,128s. Carl Auer Verlag. ISBN 978-3-8497-0076-8. Режим доступу: <https://www.beck-shop.de/bauer-einfuehrung-systemische-controlling/product/15446367>

2.Weissenberger B. Göbel S., Kleine Ch. Wertorientierte Steuerung in der Krise?: Perspektiven für eine Neuausrichtung der Controllingarbeit. Controlling: Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung. 2011. No. 1. P. 4–10.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД В МАРКЕТИНГОВОМУ УПРАВЛІННІ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ

Гоцуляк О.Ю., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – ст.викл. **І.В. Грабовська**
Хмельницький національний університет

В умовах адаптації до зростаючої конкуренції одним з основних чинників, який істотно знижує ризик виробника, є вміння керівників підприємства правильно побудувати товарну політику, оптимально управляти цінами своєї продукції з урахуванням чинників ринкового попиту. Відповідаючи на ці потреби, на українських підприємствах у структурі функцій комерційних служб почала формуватися товарна політика як особливий напрямок їхньої діяльності. Переорієнтація

виробництва на споживача викликала необхідність детального вивчення його потреб, смаків та його коригування з метою просування товарів над ринком. Товарна політика підприємства може розглядатися як елемент маркетингової стратегії, який, з одного боку акумулює та перетворює інформацію про рівень розвитку ринків збуту продукції та стратегію потенційних конкурентів, а з іншого, постійно порівнює реальні можливості участі підприємства у конкурентній боротьбі.

Стратегія маркетингу – це спосіб дії на ринку, керуючись яким підприємство вибирає цілі та обирає найбільш ефективні шляхи їх досягнення, мета встановлює межі та сфери ринкової діяльності, шляхи досягнення поставленої мети встановити формуються за допомогою вибору стратегічних напрямів розвитку, стратегічних зон господарювання, стратегічних правил, власне розробляється і комплекс маркетингових засобів. Розробка стратегії маркетингу спирається на прогнози щодо довгострокових перспектив розвитку ринку і потенційних можливостей підприємства. Тактика маркетингу – це сукупність конкретних засобів та дій в області контактів зі споживачами, розвитку асортименту, каналів збуту, цін, реклами, кадрів, фінансів тощо. Розробка тактики спирається на врахування кон'юнктури ринку, на реальні умови реалізації товарів.

Для забезпечення конкурентних переваг товарів та послуг необхідно розробляти та впроваджувати безліч підприємницьких та маркетингових рішень. У маркетингу такі рішення стосуються, як правило, чотирьох напрямків: товарної, цінової, розподільчої, збутової та комунікативної політики. Цілком справедливо, що всі заходи, пов'язані з товаром, тобто його створення, виробництво й удосконалення, реалізація на ринках, сервісне і передпродажне обслуговування, розробка рекламних заходів, а також зняття то вару з виробництва, займають центральне місце в усій діяльності товаровиробника і є складовими його товарної політики [1, с. 783-784].

Товарна політика є ядром маркетингових рішень, навколо якого формується комерційна діяльність, пов'язана з умовами придбання товару та методами його просування від виробника до кінцевого покупця. Рішення щодо товару є основними в рамках розробки та реалізації комплексу маркетингу. Саме товар повинен задовольняти реальні потреби людини, а завдання маркетингу допомогти кожному виробнику виявити та забезпечити їх задоволення краще, ніж конкуренти. Концепція управління маркетингом на практиці реалізується в масштабі управлінської функції та відповідного відділу структурі менеджменту суб'єкта, а чи не в «масштабі» всієї системи менеджменту суб'єкта.

Науковці акцентують увагу на асортименті як основному інструменті та, у процесі формування виробничого асортименту, співвідносять розробку нових товарів, марочної продукції з можливістю забезпечення конкурентоспроможності. Управління асортиментом є одним з найважливіших напрямів маркетингової діяльності компаній на ринку ковбасних виробів, продукт, який щодня споживається українським споживачем, який має великий досвід такого споживання, а значить і високий рівень вимог до якості та асортименту продукції.

Асортиментна політика протягом життєвого циклу товару зазнає змін як під впливом внутрішніх факторів компанії, так і факторів та сил зовнішнього середовища – якісного зростання ринку та інтенсивного конкурентного середовища. Тому виникає необхідність оцінювання використовуваних методів аналізу та управління асортиментом з врахуванням відповідності цим умовам. Застосування адаптивного і системного підходів до маркетингового управління асортиментом та торговими марками передбачає проведення дослідження його в комплексі, з урахуванням структури та закономірностей розвитку ринку, галузевої специфіки формування асортименту та моделей поведінки споживачів, знання асортиментної політики конкурентів та використання принципів бенчмаркінгу. Застосування зазначених підходів стає необхідним у зв'язку з відміченим посиленням диференціації попиту за низкою критеріїв в умовах насичення ринку різноманітною за комплексом ознак продукцією.

Впровадження алгоритму адаптивного управління асортиментом підприємства на ринку ковбасних виробів дозволяє враховувати мінливість його зовнішнього середовища. В алгоритмі враховані циклічність та багатоетапність процесу управління асортиментом, включаючи етапи маркетингового дослідження факторів зовнішнього середовища підприємства, асортиментного аналізу та бенчмаркінгу, виявлення проблем управління асортиментом, пов'язаних з неефективним позиціонуванням підприємства на ринку, та етапи оптимізації асортименту на стратегічному та тактичному рівні управління асортиментом [2, с. 256].

Основною алгоритму є періодичний аналіз загально ринкових факторів та моніторинг мінливості галузевих факторів, що визначається, відповідно, потребою стратегічного чи оперативного рівня процесу оптимізації асортименту. Аналіз галузевих факторів також є дворівневим. Так, на рівні галузі дослідження передбачає, насамперед, оцінку відповідності асортиментної політики особливостям споживчої поведінки, порівняльний аналіз політики та позицій конкурентів з метою адаптації асортименту до факторів розвитку галузі.

На рівні підприємства необхідний аналіз результативності управління асортиментом відповідно до існуючого позиціонування підприємства на ринку, виявлення та оцінка проблем управління асортиментом. Оптимізація асортименту передбачає його коригування на стратегічному рівні (по відношенню до товарних груп) і на тактичному рівні (по відношенню до конкретних найменувань продукції). Такий підхід вимагає застосування методик аналізу для конкретних цілей управління асортиментом на галузевому ринку, диференційованого застосування на різних етапах процесу сучасних методів маркетингових досліджень та методик аналізу асортименту, що дозволить підвищити ефективність управлінських рішень на кожному етапі.

Роль керуючого впливу при формуванні асортименту полягає в тому, щоб, вміло поєднуючи ресурси підприємства з зовнішніми факторами і можливостями, розробляти і здійснювати таку товарну політику, яка б забезпечувала стабільне становища підприємства за рахунок зростання збуту високоєфективних конкурентоспроможних товарів.

Інформаційні джерела

1. Тюха І. В., Ковальська В.В. Основні напрями підвищення ефективності товарної політики підприємства при виході на зовнішні ринки. Молодий вчений. 2017. № 12. С. 782-786.
2. Сумець О.М. Товарна інноваційна політика: навч. посібник / О.М. Сумець, Є.М. Ігнатова. – К.: «Хай-Тек Прес», 2010. – 368 с.

МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ

Джаббаров Т.А., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Козуб**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

У період переходу до інформаційного суспільства зростання масштабів глобальних економічних і соціокультурних змін призвело до фундаментальних змін у розумінні природи людини у все більш складній системі відносин. Аналіз структури суспільства показує об'єктивну тенденцію соціальної структури, заснованої на знаннях, інформації та інтелекті, тобто формування та подальше кількісне та якісне зростання управлінської, професійної та технічної еліт, які на сьогодні стають ядром нової структура продуктивних сил, в якій

стимули та культура праці, а також творчий та інтелектуальний компоненти займають чільне місце. На особливу увагу заслуговує відповідне позиціонування глобальних суб'єктів у рамках сучасної економічної моделі. Тут важливу роль відіграють не лише самоорганізація, диверсифікація, інформатизація, раціоналізація, освіта та культура, а й мотивація. Формування індивідуалізованих суб'єктів на основі культури інформаційного суспільства сприяє сталому економічному прогресу та суттєво змінює статус людини в глобальному процесі прийняття економічних рішень. В даний час керівництво міжнародних компаній стикається з глобальними проблемами, такими як віртуалізація бізнесу, формування глобальних мереж, глобальна політизація, глобальна нестабільність і потрясіння, що робить проблему узгодження стимулів корпоративних топ-менеджерів з інтересами акціонерів все більш актуальною.

Як процес впливу на поведінку людей і засіб узгодження цілей компанії і співробітників, мотивація займає домінуюче місце в сучасній теорії і практиці управління персоналом. Високий рівень мотивації співробітників є фактором формування стійкої конкурентної переваги міжнародної компанії, що відповідає сучасним економічним концепціям та стандартам сталого розвитку. Сьогодні неможливо ефективно управляти компанією та забезпечити високий рівень конкурентоспроможності без ефективних мотиваційних механізмів управління трудовою поведінкою працівників. Лише сформувавши компенсаційний пакет зі справедливою оплатою праці та гідною винагородою, створивши відповідні умови праці, атмосферу поваги та довіри, враховуючи індивідуальні потреби співробітників і топ-менеджерів, можна розраховувати на їхню високу продуктивність і лояльність до компанії [1].

Сучасні методи визначення винагороди топ-менеджерів міжнародної компанії включають ряд умов і характеристик, пов'язаних з об'єктивними результатами діяльності компанії (зростанням вартості компанії, рентабельністю активів, прибутковістю, гнучкістю ринку за законодавчих змін), а також суб'єктивними чинниками особистості керівника (вік, досвід роботи, перебування на посаді, здібності, вплив та організаційні характеристики діяльності органу управління компанії). Враховуючи фактори зовнішньої та внутрішньої діяльності, що відповідають місії та стратегічним завданням компанії, керівний орган визначає співвідношення складових пакету винагороди топ-менеджерів – фіксованого посадового окладу, який залежать від фактичних обов'язків та відповідальності топ-менеджерів і ситуації на ринку

праці (зазвичай складає 50-60 %) та інших складових, які залежать від короткострокових та довгострокових показників діяльності компанії [2].

Незважаючи на існуючу дискусію щодо розміру та динаміки винагород топ-менеджменту у міжнародних компаніях, наразі реалізують два основних підходи до вирішення проблеми їхньої агентської винагороди. Перший підхід, відомий як «модель оптимального контракту», носить здебільшого нормативний характер і є найпоширенішим. Розроблення контрактів, що регулюють винагороди топ-менеджерів, розглядають як один із інструментів вирішення агентської проблеми, коли розробляють контракти, які створюють стимули до прийняття рішень в напрямку довгострокової максимізації вартості компанії. У рамках меж моделі управлінської влади стверджують, що топ-менеджери володіють реальними можливостями впливати на процес формування своїх компенсаційних пакетів у бік їхнього збільшення, що призводить до отримання ними так званої «компенсаційної ренти» [3]. Результатом такої діяльності є неефективна система компенсації, яка, з одного боку, негативно впливає на діяльність міжнародної компанії та суттєво збільшує витрати, а з іншого – послаблює мотивацію топ-менеджерів до прийняття рішень і дій, що дозволяють збільшити статки власників. Зазначені моделі не є альтернативними, оскільки на практиці компенсаційні угоди відображають як дію ринкових сил, стимулюючи зусилля топ-менеджерів створити максимальну цінність для власників компанії, так і відображають вплив топ-менеджерів на процес прийняття рішень щодо власних винагород.

Якщо керівники вищої ланки дійсно можуть самостійно приймати необхідні стратегічні управлінські рішення і несуть безпосередню відповідальність за результати роботи міжнародної компанії, то система довгострокового стимулювання є ефективною. Для менеджерів середньої ланки такі інструменти, як відсоток доданої вартості, можуть бути більш ефективними мотиваторами, оскільки враховують успішність менеджера у її створенні в межах рентабельності компанії. При цьому співробітники, в тому числі керівники вищої ланки, які зробили значний внесок у розвиток компанії, стають взірцями для корпоративної культури [4].

Таким чином, зазначені дії стають радше винагородою за продемонстровані результати роботи, залежно від побажань власника, задають чіткі орієнтири для інших співробітників і створюють комфортний робочий мікроклімат для міжнародної компанії.

Інформаційні джерела

1. Мотиваційний менеджмент: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. К.: КНЕУ, 2014. С. 19.
2. Рахманов О. Власники великого капіталу як суб'єкт соціально-економічних перетворень в Україні: Монографія. К.: Інститут соціології НАН України, 2012. С. 10, 36-38.
3. Bebchuk L., Fried J. Executive Compensation as an Agency Problem. Journal of Economic Perspectives. 2003. Vol. 17. №3. P. 71-92.
4. Vieito J. P., Khan W. A. (2012). Executive compensation and gender: S&P 1500 listed firms. Journal of Economics and Finance, 36(2). P. 371-399.

РОЗВИТОК БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Додончук О.О., здоб. ОС «Магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.О. Ахновська**
Донецький національний університет ім. Василя Стуса

В умовах цифровізації розвиток бренду дозволяє суб'єкту господарювання закріпитися у розумінні клієнта, створити певну ділову репутацію на ринку та пристосуватися до умов мінливого середовища. Вагомий внесок у процес дослідження бренду підприємства зробили такі вчені, як Д. Аакер, Ф. Котлер, І. Ахновська, Є. Бортников, А. Данилюк, О. Зборовська, А. Касич, О. Красовська, І. Рафальська, А. Сидорук, І. Урупа та інші. Незважаючи на величезну кількість наукових розробок з цієї тематики, в Україні недостатньо освітлена ця тема в сучасних умовах цифровізації. Метою дослідження є поглиблення теоретичних засад розвитку бренду підприємства в умовах цифровізації.

В умовах сьогодення, а саме асиметричності інформації, диджиталізації, посилення конкуренції, глобалізації, підвищення ролі людського капіталу та війни у нашій країні зростає важливість посилення власних брендів. Історично слово «бренд» мало значення «ставити клеймо», оскільки так називалося тавро, яким власники позначали свою худобу, щоб виокремлювати серед аналогічних, додаючи індивідуальності, отже у витоках поняття «бренд» і «торговий знак» та «торгова марка» ототожнювалися. Пізніше під брендом стали розуміти низку характеристик, як наприклад, єдність високо сприйманої якості продукту, чітких відмінностей та додаткової цінності. Сьогодні, якщо зробити опитування, що ж таке бренд, отримаємо результат, що це – знання і цінність торгової марки для

споживача, в той час, як торгова марка – це просто знак, символ, ім'я, що ідентифікують підприємства. А. Сидорук і Є. Бортников [1] розуміють під брендом інноваційний термін, який надає комплекс інформації про компанію, продукт, послугу чи територію а також являє собою популярну, легко впізнавану і юридично захищену символіку будь-якого виробника або продукту. Аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновок, що на сьогодні не існує єдиної точки зору, що саме є брендом підприємства (рис. 1).

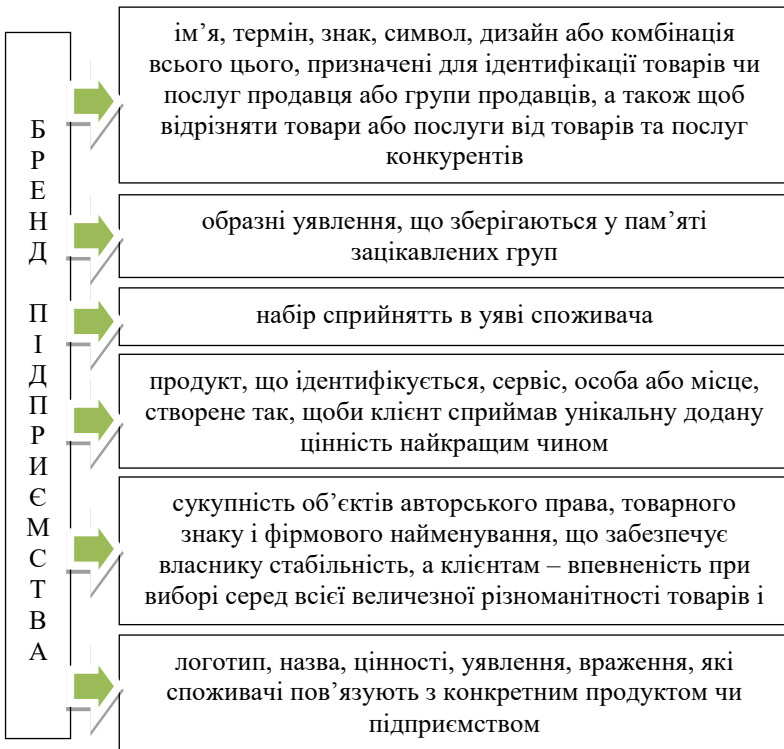


Рис. 1. Основні трактування поняття «бренд підприємства»

Джерело: систематизовано авторами за [2-4]

Складовими бренду підприємства є: впізнаваність; асоціативність; емоційне сприйняття; висока ринкова вартість; очікування відповідної якості; ідентичність; культура; імідж; характер;

особистість; фірмовий стиль; емоційність; позиціонування на ринку; комунікація; лояльність клієнтів; якість продукту; репутація та довіра.

Слід зазначити, що сила бренду залежить від наявності раціональних та емоційних переконань споживачів щодо бренду. Брендінгом є процес, який передбачає розробку торгової марки, виведення її на ринок, просування та зміцнення її у свідомості споживачів. Це дозволяє виокремити такі принципи брендінгу, як системність, функціональна й інституційна детермінованість, внутрішня і зовнішня прозорість, а також етапи брендінгу, а саме: 1 – діагностика ситуації, аналіз ринку та сегментування; 2 – формування цілей бренду, знаходження ядра бренду (ключових цінностей); 3 – встановлення вигід та переваг підприємства і клієнта від взаємодії; 4 – розробка стратегічного плану просування; 5 – реалізація стратегічного плану; 6 – оцінка ефективності сформованого бренду.

Вважаємо за доцільне також зупинитися більш детально на такому явищі, як бренд-платформа, що являє собою особливий інструмент для позначення основних характеристик бренду та здійснення позиціонування, що дозволяє відбудуватися від конкурентів та ефективно керувати брендом як одним з найважливіших нематеріальних активів у діяльності суб'єкта господарювання. Також платформа бренду є набором тверджень, що складаються з місії та бачення бренду, його обіцянки, атрибутів, раціональних та емоційних переваг, цінностей та сутності бренду. Отже, можна зробити висновок, що платформа бренду слугує, щоб визначити унікальність та сутність бренду, продуктивно управляти брендом, капіталізувати його, отримувати найбільші вигоди від його існування.

Ключовими метриками рівня розвитку бренду є ринкові показники, такі як ринкова частка, становище на ринку; показники дистрибуції, тобто представленість у торгівлі, глибина асортименту, якість мерчандайзингу; маркетингові показники, тобто знання, споживання, лояльність.

Отже, підсумовуючи все вищезначене, слід зробити наступний висновок: в умовах цифровізації розвиток бренду полягає у безперервному удосконаленні процесу ідентифікації підприємства та його продукту на основі диджитал-технологій та за допомогою диджитал-інфраструктури та бренд-платформ і є складовим елементом брендінгу на підприємстві.

Інформаційні джерела

1. Сидорук А.В., Бортников Є.Г. Бренд як інноваційний інструмент розвитку Запорізького регіону. Наукові перспективи. 2023. №4 (34). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-4\(34\)-320-328](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-4(34)-320-328)

2. Каменюк М.Т., Ахновська І.О. Управління брендом підприємства в умовах адаптації до пандемії COVID-19. Проблеми модернізації України:

[зб.наук.пр.]. К.: МАУП. 2008. С.79-82. URL: <https://maup.com.ua/assets/files/science/conf/problemi-modernizacii-13.pdf>

3. Данилюк А. Дослідження суті бренд-менеджменту в системі маркетингового управління підприємством. Галицький економічний вісник. 2023. №1(80). С. 20-28. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/40950/2/GEB_2023v80n1_Danylyuk_A-Study_of_the_essence_of_20-28.pdf

4. Урупа І.О. Теоретичний концепт брендингу в умовах релокації бізнесу. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №9. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-04-04>

УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ

Дорошук Я.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Баксалова**
Хмельницький національний університет

В умовах змін, що постійно відбуваються у зовнішньому середовищі будь-якої організації, впровадження нових інноваційних технологій, управління знаннями та компетенціями співробітників, удосконалення діючої системи управління шляхом створення систем менеджменту якості, екологічного менеджменту, корпоративної соціальної відповідальності створюють необхідну основу для подальшого розвитку. Однак створення та розвиток перелічених вище систем безпосередньо пов'язане з управлінням результативністю діяльності організації.

Поняття управління результативністю у широкому значенні було вперше запропоновано Обрі Деніелсом наприкінці 1970-х років для опису технології управління поведінкою та результатами – двома ключовими елементами того, що вчений розумів під результативністю. У 2000 році вчений визначив основні елементи управління результативністю організації, що включають: 1) вимір, що створює основу для прийняття управлінських рішень щодо покращення діяльності. Дані про результативність співробітника збираються визначення початкової точки чи вихідних показників управління результативністю; 2) зворотний зв'язок, що дозволяє довести до персоналу інформацію про вимірювані характеристики результативності та відстежити якість реалізації прийнятих рішень; 3) мотивацію персоналу підвищення результативності діяльності.

Окрім використання в галузі менеджменту, поняття управління результативністю застосовувалося також у зарубіжній практиці у сфері технологій, управління системами тощо. Незважаючи на те, що питанням змісту та управління результативністю приділено досить багато уваги у роботах зарубіжних класиків менеджменту – П. Друкера, Г. Кокінза, Д. Нортон, К. Мейєра, дотепер у теорії та практиці менеджменту та менеджменту якості не склалося єдиної точки зору на сутність та характеристику процесу управління результативністю, на об'єкти та суб'єкти управління нею, відповідні методи та інструменти. Формування цілісного уявлення про управління результативністю діяльності організації має базуватися на цілісних методологічних та методичних засадах, включаючи можливості застосування сучасних інформаційних технологій менеджменту якості.

У першу чергу варто звернутися до принципів, сформульованих У. Е. Демінгом, які стали базовими в тому числі і для премії, яка носить його ім'я і є однією з перших та найпопулярніших нагород у сфері якості. В основі моделі – філософія TQM. Серед практичних елементів ключовим є розроблений Демінгом цикл PDCA для планування, впровадження, контролю та коригувальних дій на шляху досягнення запланованих результатів [1]. Принципи управління, закладені Демінгом, орієнтовані на сталість мети, готовність до змін, важливість навчання персоналу, роль лідерства у поліпшенні роботи персоналу, відмова від атестації та ряду заданих кількісних норм, а також надання можливості працівникам удосконалюватись та пишатися своєю працею. Більшість з цих принципів протягом кількох десятків років знайшли розуміння у керівників та були впроваджені в організаціях.

Сучасна концепція управління якістю ґрунтується на контролі якості процесів і продуктів, що відбуваються в циклі управлінських заходів, названому «колом Демінга» за певною схемою: планування – діяльність – контроль – корегування (цикл PDCA). Усі фази циклу PDCA залежать від лідерства і передбачають «мислення на основі ризику» в усіх рішеннях. Вище керівництво визначає, які плани/проекти потрібні для досягнення визначених цілей, що повинні базуватися для задоволення зацікавлених сторін. Керівництво визначає потребу в людських ресурсах, інфраструктурі та робочому середовищі – для підтримки процесів у діяльності організації. Для забезпечення якості управлінської діяльності на сьогодні застосовують методологію управління (менеджменту) цим процесом, що базується на впровадженні вимог ДСТУ ISO 9001 «Система управління якістю. Вимоги» у версії 2015 року. Упровадити системи управління якістю (СУЯ) – стратегічне рішення організації, яке може допомогти поліпшити її загальну дієвість

та забезпечити міцну основу для підвищення ефективності діяльності та ініціатив щодо сталого розвитку.

У стандартах менеджменту якості визначено необхідність застосування процесного підходу, а також постійного поліпшення у всіх сферах діяльності. Використання в системі управління якістю процесного підходу дає можливість: зрозуміти вимоги системи управління якістю та забезпечити постійне їх виконання; розглядати процеси із точки зору того, що вони добавляють цінності товарам чи послугам; досягати результативного функціонування процесів; покращити процеси на підставі одержаних даних та інформації.

З позиції цього підходу та циклу Демінга можна назвати такі етапи управління результативністю діяльності: 1) визначення бачення, місії та перспектив; 2) визначення стратегічних та операційних цілей; 3) визначення показників та цільових значень; 4) складання карт поточних та оптимізованих бізнес-процесів; 5) моніторинг виконання процесів; 6) контроль та вплив на проблемні галузі процесів; 7) адаптація цілей, процесів тощо – повторення циклу.

При цьому перші три етапи відносяться до реалізації функції планування результативності, четвертий передбачає провадження діяльності з досягнення запланованих цілей, а п'ятий та шостий етапи збігаються з функціями контролю та прийняття відповідних управлінських рішень за його результатами. Останній етап є відображенням принципу постійного поліпшення діяльності організації.

З точки зору застосування сучасних інформаційних технологій кроки від визначення місії та формування карти процесів (етапи 1–4) можуть бути забезпечені засобами однієї системи. Одним із прикладів може бути платформа моделювання бізнес-процесів ARIS (Architecture of Integrated Information Systems), яка містить і компонент Balance Scorecard – збалансовану систему показників, що інтегрує фінансові та нефінансові показники результативності діяльності.

Управління результативністю має базуватися на інтеграції стратегічного та операційного управління, для чого необхідне застосування таких інформаційних технологій, які б дозволили здійснити це на етапі моніторингу процесів та контролю якості.

Оскільки система моделювання бізнес-процесів може бути застосована до організацій як виробничої, так і невиробничої сфери, то єдиного рішення у використанні систем безпосереднього забезпечення та підтримки функціонування процесів практично не існує. По суті, кожна компанія проходить один і той же шлях пошуку найбільш збалансованого пакету технологій, який дозволив би задовольнити максимальну кількість вимог конкурентного ринку, що висуваються до

неї. На цьому етапі керівник стикається з труднощами у виборі оптимального спрямування інвестицій, оскільки впровадження систем пов'язане з високою вартістю послуг із запровадження та отримання ліцензій на використання.

Інформаційні джерела

1. Deming W. Edwards. Out of the Crisis // MIT Center for Advanced Engineering Study, Cambridge, MA: MIT, 1982.

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: НОВІ ВИКЛИКИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Дуб М.Г., аспірант

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Я.С. Лапчук**
Дрогобицький державний педагогічний університет ім. Івана Франка

Розвиток маркетингових комунікацій туристичних підприємств є актуальним та важливим завданням, оскільки галузь туризму в останні роки пройшла значні зміни під впливом різних чинників: поширення пандемії COVID-19, російсько-українська війна, розвиток цифрових технологій тощо. Особливо варто відзначити, що сфера туризму в останні роки зазнала значного впливу цифрової трансформації. Ці зміни стали ключовими чинниками, які вплинули на споживачів, підприємства і урядові організації в галузі туризму. Споживачі тепер мають можливість здійснювати бронювання готелів, авіаквитків, автомобілів для прокату та інших послуг через онлайн-платформи та мобільні додатки. Це полегшує і прискорює процес планування подорожей. Завдяки аналітиці та збору даних, туристичні підприємства можуть надавати клієнтам більш персоналізовані послуги та рекомендації. Це включає в себе підбір подорожі з урахуванням індивідуальних вподобань, харчування та дозвілля. Споживачі активно користуються відгуками і рейтингами інших подорожуючих для вибору місця для відпочинку чи ресторану. Це впливає на репутацію підприємств та їхню здатність привертати нових клієнтів. Соціальні медіа стали важливим інструментом для взаємодії з клієнтами, реклами та створення бренду. Підприємства активно використовують соціальні платформи для залучення уваги і комунікації зі своєю аудиторією. Завдяки доступності інформації в Інтернеті, споживачі стали більш освіченими і вимогливими. Вони

можуть легко знайти альтернативи і порівняти ціни та якість послуг перед прийняттям рішення.

У підсумку, процеси цифровізації значно змінили підходи до подорожей, як для споживачів, так і для підприємств в сфері туризму. Це створило нові можливості і виклики для галузі, які варто враховувати для успішного функціонування та підвищення конкурентоспроможності.

Процеси цифровізації у сфері туризму суттєво змінили парадигму маркетингових комунікацій. Технологічний розвиток, доступ до Інтернету та зростання впливу соціальних медіа перетворили способи, якими підприємства залучають, зберігають і взаємодіють зі споживачами в цій галузі. Ось деякі ключові аспекти, які вказують на необхідність розроблення нових підходів до розвитку маркетингових комунікацій туристичних підприємств [1-5]:

1. Реклама і просування в сфері туризму переходить в основному до онлайн-платформ. Особливо важливими є інтернет-пошукові системи, соціальні медіа, онлайн-агентства та маркетплейси, які вимагають нових стратегій і підходів для досягнення аудиторії.

2. Споживачі активно обговорюють та обмінюються своїми подорожніми досвідами через соціальні медіа. Підприємства мають можливість співпрацювати з впливовими особистостями та використовувати їх вплив для реклами.

3. Відео та віртуальна реальність стали потужними інструментами для створення маркетингових контентів, які дозволяють потенційним туристам «пережити» подорож перед бронюванням.

4. За допомогою аналітичних інструментів, компанії можуть збирати дані про поведінку клієнтів і використовувати їх для створення персоналізованих пропозицій та рекомендацій.

5. Мобільні додатки стали необхідними для зручного бронювання та отримання інформації про подорож під час самої подорожі. Вони створюють можливість для прямої комунікації з клієнтами.

6. Інтернет надає споживачам платформу для вираження своїх вражень та скарг. Підприємства повинні бути готові відповідати на відгуки та вирішувати проблеми в режимі реального часу.

7. Цифрові технології дозволяють збирати величезну кількість даних про клієнтів, їхні вподобання та звички. Це вимагає аналізу цих даних та використання їх для зростання продажів та покращення обслуговування клієнтів.

У сучасному цифровому світі, де споживачі мають безліч варіантів та інформації на вибір, успішні маркетингові комунікації в сфері туризму вимагають інноваційних підходів, активної присутності в онлайн-середовищі та гнучкості у відповіді на зміни в споживчому підході. Цифровізація принесла туристичним підприємствам як нові можливості, так і нові виклики у сфері маркетингових комунікацій. Інтернет та цифрові технології змінили споживацькі звички, зробивши інформацію більш доступною та діалог з клієнтами більш інтерактивним. Підприємства повинні бути готові адаптуватися до цього нового середовища та використовувати цифрові інструменти для створення персоналізованих пропозицій, впровадження електронної комерції, відстеження відгуків клієнтів та використання інноваційних технологій, таких як віртуальна реальність і доповнена реальність. При цьому важливо також звертати увагу на кібербезпеку та взаємодію зі споживачами в онлайн-середовищі.

Загалом, цифровізація вимагає від туристичних підприємств активного та постійного розвитку, але вона також надає можливості для покращення маркетингових стратегій та залучення більше клієнтів, які шукають персоналізовані та інноваційні подорожі.

З урахуванням всіх цих чинників, можна визначити, що розвиток маркетингових комунікацій є важливими завданнями для підприємств у сфері туризму в умовах цифровізації для забезпечення їхньої конкурентоспроможності в цій галузі та залучення нових клієнтів. Необхідно в подальшому вивчити сучасні тренди та інструменти маркетингу в сфері туризму, а також розглядати їхній вплив на фінансові результати підприємств.

Інформаційні джерела

1. Кравченко Т.І., Оладокун О.С. Застосування інструментів та технік цифрового маркетингу для сталого бізнесу. Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2021. Вип. 4. С. 114-119. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-64-114-119>.

2. Кулиняк І.Я., Коpecь Г.Р., Горбенко Т.М. Цифровий інструментарій антикризового менеджменту підприємств. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1082>. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-16>.

3. Богдан Н.М., Писаревський І.М., Іванова О.М., Поколодна М.М. Інноваційні комунікаційні інструменти маркетингової діяльності підприємств туристського та готельного бізнесу. Бізнес Інформ. 2022. № 6. С. 137-142. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-6-137-142>.

4. Лойко Є.М. Діджиталізація маркетингової комунікативної стратегії підприємства. Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2021. Вип. 4. С. 135-142. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-64-135-142>.

5. Романюк І.А., Кучеренко С.Ю. Розвиток маркетингових комунікацій та організація рекламних кампаній у туристичних підприємствах. Економічний вісник університету. 2022. Вип. 55. С. 70-76. DOI: <https://doi.org/10.31470/2306-546X-2022-55-70-76>.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМ РОЗВИТКОМ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Земляна Л.С., аспірант
Державний біотехнологічний університет

Професійний розвиток кваліфікованого кадрового потенціалу аграрної сфери сьогодні розглядається як один з вирішальних важелів подолання економічної кризи в Україні та виходу сільського господарства на рівень високо розвинутих країн світу. Передбачається вирішення складних завдань, що пов'язані з перепідготовкою висококваліфікованих, творчо обдарованих кадрів. Передусім, це стосується удосконалення державних стандартів вищої освіти, розробки та впровадження інноваційних smart-освітніх технологій, оновлення змісту навчання, дидактичних методів, форм та засобів, які сприятимуть розвитку творчих здібностей фахівців-аграріїв відповідно до потреб аграрного сектору економіки України [1, с. 230].

Вирішення проблем професійного розвитку кадрового потенціалу не можливо без інвестицій у аграрну освіту та науку, підвищення кваліфікації, професійних здібностей і навичок науково-педагогічного персоналу, отримання нових знань і навичок, які будуть потрібні в процесі навчання впродовж життя. У Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки зазначено, що розвиток аграрної освіти і науки є важливою ланкою в системі інноваційного розвитку агропромислового сектору економіки: “аграрна освіта – аграрна наука – аграрне виробництво” [3]. Аграрна освіта є джерелом поповнення кадрів аграрної науки та забезпечує населення, зайняте в агропромисловому виробництві, сучасними знаннями, необхідними для економічного розвитку аграрного сектору економіки України.

Мета дослідження полягає в удосконаленні процесу професійного розвитку кадрового потенціалу аграрної сфери на основі впровадження сучасних дидактичних підходів до організації технологічного забезпечення моделі управління компетенцією фахівців.

Аналіз теоретичних джерел [2-4] дозволив визначити цілісну функціональну структуру процесу професійного розвитку кадрового

потенціалу як сукупності таких компонентів: концептуальна основа; змістовна частина навчання з цільовою програмою; процесуальний блок, що реалізує технологічний процес досягнення результату; мотиваційний складник, що включає відповідні методи, форми та засоби, через які здійснюється вплив на мотиваційну поведінку особистості; діагностична частина, що включає оцінку одержаних результатів, їх співвідношення з поставленою метою і завданнями. Наведені структурні компоненти містять управлінський складник, який їх об'єднує та дозволяє досягти мети професійного розвитку.

Враховуючи останнє, висновуємо, що професійний розвиток кадрів має бути представлений smart-технологічним процесом, якому властиві як змістовні (цілі та зміст навчання персоналу), так і процесуально-управлінські складники (методи, форми та засоби навчання і управління професійною компетенцією). На основі цих теоретичних позицій нами визначено структурні компоненти професійного розвитку кваліфікованого кадрового потенціалу аграрної сфери : цілі управління; засоби управління; методи освітньої взаємодії суб'єктів; процес управління професійною компетенцією за технологічними етапами реалізації функцій мотивації, планування, організації, контролю, аналізу та регулювання; результат сформованості професійної компетентності.

На підґрунті аналізу компетентнісної структури персоналу за технологічним підходом запропоновано дворівневу (макро- та мікрорівні) технологію управління професійним розвитком кадрового потенціалу, яка являє собою цілісну систему взаємопов'язаних технологічних етапів (мотиваційно-орієнтувальний, планувально-цільовий, перетворювальний, діагностичний), що визначають функціональний вплив на визначені компетенції засобами управління, співуправління та самоуправління і в єдності забезпечують формування професійної компетентності фахівців аграрної сфери.

На макрорівні (етапи: мотиваційно-орієнтувальний; планувально-творчий; організаційно-перетворювальний; творчого саморозвитку) дана технологія передбачає творче зростання фахівців до рівня їхньої фахової компетентності. Мікротехнологія в єдності мотиваційно-орієнтувального, планувально-творчого, креативно-розвивального, рефлексивно-творчого етапів є інваріантом стосовно організації навчальної та практичної роботи у межах виробничого процесу, що забезпечує набуття ними професійного досвіду. Мотиваційно-орієнтувальний етап ставить за мету створення дієвої системи спонукання персоналу до свого професійного розвитку на основі його ціннісної орієнтації. Планувально-творчий етап передбачає розробку індивідуальної цільової програми професійного розвитку відповідно виробничої стратегії підприємства. Організаційно-

перетворювальний етап здійснює формування навичок продуктивної самоорганізації професійного навчання. На етапі творчого саморозвитку основними функціями управління є контрольна-аналітична та регулювальна. При цьому системоутворювальним фактором виступає професійна комунікація між суб'єктами; передбачається оцінка та аналіз як освітнього, так і управлінського результату – сформованості виробничих умінь та організаційних навичок управління професійним розвитком на основі рефлексивного підходу.

Управління професійним розвитком кадрового потенціалу аграрної сфери можна представити технологічним процесом, як на рівні організації так і на рівні особистості. Управління компетенцією на рівні організації здійснюється для підтримки ключових позицій організаційних алгоритмів, що перетворюють наявний потенціал персоналу у якісний результат – сформованість професійної компетентності, що визначають її успіх: оцінка наявних трудових ресурсів за їх знаннями, вміннями, навичками та досвідом творчої діяльності; оцінка потреб організації у персоналі у відповідності зі стратегією кадрової політики; співставлення ресурсів і потреб; прийняття рішень по досягненню рівня компетенції відповідно з вимогами.

В результаті проведення фахових порівнянь в процесі професійного розвитку кадрів визначають, яка кількість персоналу відповідає вибраній стратегії кадрової політики; яка кількість персоналу потребує підвищення кваліфікації; яку кількість співробітників потрібно прийняти додатково, або звільнити. Сукупність цих операційних компонентів визначає банк даних компетенцій, на основі яких здійснюється технологічний процес професійного розвитку кадрового потенціалу аграрної галузі.

Інформаційні джерела

1. Грідін О.В. Концептуальні підходи до створення ефективної системи управління персоналом. Вісник ХНТУСГ імені Петра Василенка: Економічні науки. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип. 188. С. 228-236.
2. Нагаєв В., Кускова С., Земляна Л. Концептуальні засади управління кадровим потенціалом аграрних формувань. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2023 р. Ч. 1. Львів: ЛНУП, 2023. С. 77-79.
3. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022-2032 роки. Розпорядження КМУ від 23 лютого 2022 р. № 286-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
4. Сергєєва В.С. удосконалення системи управління кадровим потенціалом сільськогосподарських підприємств. *Управління розвитком соціально-економічних систем*: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 20-21 квітня 2023 року). Харків: ДБТУ, 2023. С. 194-195.

МОДЕЛЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Іванова Я.С., здоб. ОС «Магістр»

Науковий керівник: д-р пед. наук, професор **В.М. Нагаєв**

Державний біотехнологічний університет

Поняття «управлінська культура державного службовця» формується на перетині культурологічної, управлінської, психологічної та соціальної наукових галузей, які обумовлюють, пояснюють та структурують суспільний розвиток держави. Управлінська культура в системі публічного адміністрування розглядається як динамічне складне системне особистісне утворення, яке об'єднує в собі сукупність професійних компетентностей (необхідних знань, умінь, світоглядних спрямувань, особистісних якостей і способів мислення) та морально-етичних якостей (демократичність, толерантність, здатність до компромісу, етичність, культурна освіченість та ін.), що забезпечують ефективне ведення державницької діяльності на принципах адміністративного менеджменту шляхом технологічного виконання управлінських функцій [1, с. 110].

Формування управлінської культури базується на соціокультурній та соціально-ідеологічній основі в межах освітнього процесу з урахуванням вимог суспільства та пріоритетів, окреслених у державних нормативно-правових документах та реалізованих у змісті фахової підготовки фахівців з публічного управління та адміністрування. Сформована управлінська культура в системі публічного адміністрування передбачає володіння фахівцем якісно новим управлінським мисленням (глобальністю та нелінійністю), здатністю до реалізації державницьких функцій; вміннями саморегуляції та раціонального використання часу, системним володінням сучасними знаннями, здатністю до засвоєння і впровадження у соціальне середовище інноваційних державних пропозицій та проектів. Формування управлінської культури передбачає необхідність підготовки кадрів в системі публічного адміністрування спроможних транслювати в існуючу патерналістичну культуру державницьких структур сучасну ідеологію управління для вирішення проблем креативного управління соціально-політичними системами [2, с. 11].

Управлінська культура в системі публічного адміністрування як складова загальної культури суспільства, визначається як сукупний

показник управлінського досвіду, рівня управлінських знань та почуттів, зразків поведінки та функціонування суб'єктів державного управління, певна інтегральна характеристика стану управління в Українській державі. Нині управлінська культура в системі публічного адміністрування набуває нового статусу: стає реальною управлінською поведінкою, діями людей, способом спілкування, що матеріалізується в інтелектуальних, організаційних, інформаційних, управлінських технологіях і продуктах. Розглядаючи управлінську культуру в контексті професійної діяльності фахівців з публічного управління та адміністрування, необхідно враховувати зміст цієї діяльності та зіставлення з особливостями її виконання. Система публічного адміністрування є складною системою, яке забезпечує значний вплив на розвиток національної економіки, що характеризується економічною привабливістю та соціальним значенням. Отже, ми переконані, що професіоналізм сучасного державного службовця вимагає радикальної переорієнтації на гуманістичну домінанту, на пошук шляхів розширення об'єктивного протиріччя між технократизмом і гуманізмом. При цьому соціально-технологічні знання стають найважливішими елементами управлінської культури в системі публічного адміністрування XXI століття.

Управлінську культурну компетентність фахівців сфери публічного адміністрування доцільно розглядати як поліструктурне, системне особистісне утворення, що інтегрує знання про соціум, ознаки національної (професійної, правової, управлінської, етичної, організаційної) культури; знання щодо управлінської культури; містить сукупність ціннісних орієнтацій; передбачає вміння застосовувати набуті соціокультурні знання під час фахової діяльності; формує готовність до ефективної взаємодії та співробітництва в процесі здійснення завдань публічної політики, здатність адекватно реагувати на зміни в соціальній і професійній сферах [3; 4].

Сформована в результаті навчання професійна компетентність у сфері управлінської культури має складатися з трьох компонентів: 1) мотиваційно-ціннісного, 2) когнітивно-процесуального та 3) особистісно-рефлексивного. Мотиваційно-ціннісний компонент поєднує в собі сукупність якостей і потреб у вдосконаленні пам'яті, мислення, творчих здібностей. Він передбачає наявність індивідуальної системи цінностей та етичних норм, володіння науковими методами і формами пізнання, позитивне ставлення та пізнавальний інтерес до здійснення управлінської діяльності в публічній сфері через активну пізнавальну діяльність. Когнітивно-процесуальний компонент визначає якість управлінської діяльності. Він містить систему знань, умінь та професійних навичок щодо

формування управлінської культури і проявляється в готовності самостійно приймати науково-обґрунтовані державницькі рішення. Особистісно-рефлексивний компонент відображає готовність і здатність державного діяча до самонавчання та саморозвитку, наявність високих морально-етичних норм та демократичних цінностей та особистих якостей з урахуванням тенденцій соціально-економічного розвитку сучасного суспільства.

Враховуючи результати проведеного аналізу пропонуємо в системі публічного адміністрування такі заходи з удосконалення механізмів формування управлінської культури:

- при розробці довгострокової стратегії розвитку управлінської культури особливу увагу необхідно приділити питанню підвищення трудової активності, продуктивності праці та постійному розвитку професійної компетентності державних службовців;

- державницькі структури мають розробити програми розвитку кадрового потенціалу із зазначенням центрів функціональної відповідальності;

- удосконалення мотиваційної складової управлінської культури припускає удосконалювання оперативного управління, інформатизації, організації робочих місць, створення сприятливих умов праці;

- вагомими організаційними чинниками формування управлінської культури є раціональний розподіл обов'язків, організаційне закріплення процесів поділу та кооперації праці, розстановка кадрів по ланках системи державного управління, нормування управлінської праці;

- одним із пріоритетних напрямків підвищення рівня управлінської культури є забезпечення прозорості кадрової політики (проведення постійних соціологічних досліджень із визначення мотиваційних потреб та ціннісних орієнтацій державних службовців.

Інформаційні джерела

1. Нижник Н. Управлінська культура: теоретичне поняття чи управлінська поведінка. *Політичний менеджмент*. № 5, 2015. С.103-113.

2. Писаренко Ж.А. Культурологічні засади державного управління: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. наук з держ. упр.: спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» / Ж.А. Писаренко. – Х., 2011. 20 с.

3. Публічне адміністрування в Україні: навч. посібник / В. Б. Дзюндзюк, Н. М. Мельтюхова, Н. В. Фоміцька та ін. Х. : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2011. 305 с.

4. Яшник С.В. Сутнісна характеристика управлінської культури фахівців аграрної галузі. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. Київ, 2012. Вип. 175. Ч. 2. - С. 265-274.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Капустян А.С., Федотов В.М., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.М. Гіржева**
Державний біотехнологічний університет

В сучасних умовах турбулентності, форс-мажорних обставин (епідемії, війна) та підвищення ризиків для будь-якого підприємства чи організації зростає роль та значимість якісного та ефективного управління інноваційним розвитком для забезпечення стійкого розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Ефективне керування інноваціями, інноваційними процесами реалізується через системне управління науково-технічною, виробничою, маркетинговою та комерційною діяльністю та інтелектуальним потенціалом підприємства з метою обґрунтування, вдосконалення та розвитку концепцій, стратегій, методів, технологій організації, моделювання та стимулювання корпоративної культури для задоволення потреб ринку у конкурентоспроможних товарах та послугах.

В управлінні інноваціями використовуються системний, функціональний, процесний, проектний, ситуаційний та кластерний підходи. Зв'язок інновацій та цифровізації проявляється у формуванні цифрових платформ, що розглядаються як проривна інновація, змінює структуру традиційних ринків і створює нові ринки, ключовий інструмент цифрової трансформації традиційних галузей та ринків, центральне поняття глобального цифрового порядку денного, що розмежовує стратегії цифровізації та цифрової трансформації [1].

Цифрове управління інноваційним проектом передбачає використання при розробці та реалізації проекту спеціалізованого адаптивного цифрового середовища, що забезпечує умови для автоматизованого управління реалізацією проекту.

Для вибору технологій управління інноваціями важливо оцінити сам вид інновації, зв'язки між досягнутим та прогнозованим рівнем управління, відстежуючи домінуючі особливості інноваційного розвитку та вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, стадії життєвого циклу підприємств та інновацій, активність та поведінку персоналу та менеджерів.

На нашу думку, у системі особливостей управління інноваціями в умовах цифровізації певне місце займають перспективність, динамічність, комплексність, невизначеність, ризикованість,

ймовірність позитивного результату, динаміка ефекту, потенційна невідповідність характеру отримуваної науково-технічної інформації економічним умовам та факторам виробничого використання ресурсів, технологій та витрат.

У рамках інноваційного менеджменту в умовах цифровізації реальними стають масштабованість та продуктивність технологій, відносин та бізнесу, клієнтоорієнтованість та задоволеність покупців (споживачів), лояльність, професійне та кар'єрне зростання персоналу, досягнення соціально значущого ефекту, стратегічного успіху при виході на передові ринкові позиції.

Також до особливостей управління інноваціями можна віднести корпоративну політику підприємства, як один із основних важелів впровадження нових технологій у виробництво, суттєвого збільшення продуктивності праці та конкурентоспроможності підприємства.

В умовах цифровізації управління інноваціями пов'язане із швидким реагуванням менеджменту на скороченням життєвого циклу продуктів, технологічних, соціальних, маркетингових та інституційних інновацій, з визначенням параметрів та створенням адекватного середовища та стартових інноваційних платформ.

Ефективність керування інноваціями проявляється у збільшенні потоку інвестицій, інновацій та прибутку; розширення потоку свіжих ідей, прозорливих рішень та компетенцій; підвищенні прозорості та якості менеджменту організації загалом; зростанні ефективності діяльності та продуктивності праці; якості прогнозування всередині організації за рахунок компетенцій, технологій та методів оцінки перспективних потреб та можливостей ринку.

В управлінні реалізується активізація здібностей до виявлення та зниження ризиків; розкривається потенціал творчості та компетентності співробітників; залученості персоналу для досягнення цілей організації, у розробку та впровадження інформаційних програмних продуктів та технологій керування.

Отже, використання програмних продуктів систематизує зусилля численних учасників інноваційного проекту, а накопичена у певному форматі інформація дозволяє створити параметричні умови, якісне організаційне середовище та розширений банк даних для використання у .

Інформаційні джерела

І. Тюріна Н. М., Назарчук Т. В., Шкабара Н. В. Формування інформаційно-аналітичного забезпечення управління бізнес-проектами підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. С. 68–77.

ВАЖЛИВІСТЬ РОЗРОБКИ SMM-СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Констанжи В.О., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.М. Кушнір**
Львівський національний університе ім. Івана Франка

Сучасні технології чинять істотний вплив на зміну комунікаційних парадигм та призводять до перегляду маркетингових методів і стратегій. Виклики сьогодення вимагають від маркетологів переосмислення своїх підходів, вдосконалення вже розроблених маркетингових стратегій, розширення засобів їх реалізації та адаптації до нових ринкових умов для компаній. Розробка адаптованих маркетингових стратегій з використанням сучасних інструментів має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Більш того, інноваційним методом, який наразі успішно використовується компаніями, є маркетинг у соціальних мережах (SMM) [3, с. 97].

Соціальний медіа-маркетинг (SMM) - це маркетингова технологія, що спеціалізується на використанні соціальних мереж для просування продукції, розвитку іміджу, комунікації та дослідження потреб цільових груп.

Унікальність соціальних мереж полягає в тому, що вони дозволяють компаніям безпосередньо взаємодіяти зі споживачами без нав'язливості традиційних маркетингових технологій. Наприклад, якщо компанія створює сторінку продукту (або послуги) в соціальних мережах, користувачі можуть залишати коментарі, рекомендації та відгуки про компанію, бренд, продукт або послугу, ставити запитання та взаємодіяти один з одним. Відгуки та коментарі споживачів (позитивні чи негативні), залишені одним користувачем, можуть стати тригером для іншого користувача, спонукаючи його обрати (або відкинути) певну компанію, бренд, продукт чи послугу [1, с. 88].

SMM-стратегія - дуже важливий інструмент для успішного просування бренду в соціальних мережах. Стратегія включає в себе детальний план дій для досягнення конкретних цілей у соціальних мережах. Вона допомагає визначити чіткі цілі та завдання, яких має досягти рекламна кампанія в соціальних мережах [2].

Крім того, SMM-стратегія також включає прогнози, які допомагають передбачити очікувані результати рекламної діяльності. Це дозволяє більш ефективно планувати бюджети та ресурси і визначати ефективність витрачених коштів.

Ефективна SMM-стратегія чинить вирішальний вплив на успіх бізнесу. Перш за все, збільшення охоплення та залучення аудиторії є

ключовим елементом успіху в соціальних мережах. Завдяки правильному підходу до контенту, вибору часу для постів і використанню хештегів компанії можуть збільшити свою аудиторію та залученість, що сприяє підвищенню впізнаваності бренду та покращенню репутації.

Крім того, покращення комунікації з клієнтами є ще одним важливим аспектом ефективної SMM-стратегії. Активно взаємодіючи з клієнтами через коментарі, особисті повідомлення та відповіді на опитування, компанії можуть зрозуміти їхні потреби, вирішити проблеми та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Таргетована реклама також відіграє важливу роль в ефективній SMM-стратегії. Аналізуючи цільову аудиторію, платформи можуть точно визначити, яка реклама є найбільш ефективною для досягнення конкретних показників. Це дозволяє компаніям залучати нових клієнтів, збільшувати конверсію та максимізувати прибуток.

Як результат, успішна та ефективна SMM-стратегія призводить до збільшення охоплення та залучення аудиторії, покращення комунікації з клієнтами та таргетованої реклами, що сприяє значному зростанню та зміцненню клієнтської бази.

Інформаційні джерела

1. Грищенко О.Ф. Нешева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Маркетинг і менеджмент інновації. 2013 р. Вип. 4. с. 86-98. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_86_98.pdf

2. SMM-стратегія так як її створити: 12 простих кроків. URL: <https://omgagency.me/blog/smm-strategiya-ta-yak-yiyi-stvority-12-prostyh-krokv/>

3. Петрова І. Л.; Лойко Є. М. Методичний засади розробки маркетингової стратегії підприємства. Вчені записки Університету «КРОК». 2022 р. Вип. 1 (65). с. 95-104. URL: <http://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/486/513>

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗА УМОВ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Кравець Д.А., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **А.М. Гончарук**
Хмельницький національний університет

Для залучення, розвитку, навчання, доцільного використання трудового потенціалу та утримання найбільш цінних співробітників

від звільнення розроблено багато технологій у сфері управління персоналом. Актуальність обраної теми дослідження пов'язана з тим, що розвиток будь-якої організації в сучасних умовах неможливий без застосування інноваційних технологій у сфері управління персоналом. Без залучення людських ресурсів неможливо реалізувати зміни в організації та задіяти організаційні, економічні, технологічні фактори зростання продуктивності праці та підвищення ефективності діяльності загалом. Багато організацій, як вітчизняні, так і зарубіжні, для підвищення ефективності управління персоналом застосовують інноваційні технології, які дозволяють вирішити цілу низку проблем, що виникають. Очевидно, що в умовах інтенсивно наростаючих і більше динамічних викликів у зовнішньому середовищі, економіці, цифровій трансформації для підвищення продуктивності праці та ефективності в різних галузях потрібні інші підходи до управління з використанням інноваційних цифрових технологій, які відкривають нові можливості для підвищення ефективності роботи всіх співробітників організацій та управління організацією загалом.

У наш час через велику популярність віддаленої зайнятості та тенденції до залучення в проекти фахівців, що мають різне географічне положення, з'явилося багато програмних продуктів, які реалізують HRM-технології. Подібні технології з метою підвищення конкурентоспроможності та залучення персоналу до інноваційних процесів (у рамках організаційної та кадрової стратегії розвитку) дозволяють реалізувати проекти із впровадження автоматизованої системи управління персоналом.

Реалізація зазначеної стратегії включає два ключові напрями – це управління трудовим потенціалом і формування позитивного досвіду співробітників. У ході виконання першого напрямку стратегії передбачається цифровізація різних бізнес-процесів компанії, розвиток ключових компетенцій співробітників та управління талантами на основі компетентнісного підходу. Для другого напрямку стратегії розвитку найважливішим моментом є: реалізація принципів превентивного навчання та застосування технології гейміфікації.

Трансформація функціональних підсистем управління персоналом розглядає сучасні підходи на основі digital-технологій, тобто технологій, що є сучасними системами, побудованими на основі цифрового формату з метою підвищення ефективності діяльності персоналу організації. Проект цифровізації окремих підсистем управління персоналом, як правило, передбачає створення єдиної HR-платформи для управління талантами, яка охоплює процеси підбору, найму, адаптації, оцінки компетенцій та результатів праці,

професійного навчання та розвитку працівників (включаючи управління кар'єрою та роботу з кадровим резервом). Впровадження подібного проекту спрямоване на оптимізацію HR-сервісу: підвищення його швидкості та якості.

Реалізація проекту передбачає чотири етапи, кожен із яких охоплює цифровізацію певних функцій управління персоналом:

- 1) підбір, формування програм навчання та індивідуальних планів розвитку персоналу;
- 2) система оцінки персоналу;
- 3) система винагород працівників;
- 4) управління кар'єрою та робота з кадровим резервом.

Для переходу у формат випереджувального навчання з використанням компетентнісного підходу пропонується модель формування професійних освітніх траєкторій співробітників організацій з постійним та всебічним аналізом компетенцій, починаючи з оцифрування компетенцій співробітників на вході на дату первинного тестування, при змінах, що з'являються, і далі при підборі індивідуальних програм, курсів навчання для розвитку окремих необхідних знань, умінь та навичок. При цьому передбачається забезпечення зворотного зв'язку он-лайн на кожному етапі з метою отримання актуальних компетентнісних профілів працівників у будь-який заданий момент часу з урахуванням як уже змінених та актуалізованих компетенцій, так і з урахуванням розроблених програм на подальший розвиток.

Застосування моделі оцифрування та управління компетенціями професійних освітніх траєкторій співробітників будь-якої організації дозволяє здійснювати моніторинг у режимі реального часу з урахуванням отриманих зворотних зв'язків по кожному співробітнику за кожною окремою навичкою чи вмінням, отриманим знанням, а також проектувати майбутні маршрути розвитку за допомогою рекомендаційних систем, у тому числі й систем із використанням штучного інтелекту. Такий підхід забезпечить більш точний підбір професійних індивідуальних освітніх траєкторій співробітників як з врахуванням потенціалу співробітників, так і з позиції тактичних і стратегічних цілей та потреб організацій у тих чи інших компетенціях кожного співробітника і сукупних інтегральних компетенцій організацій загалом.

Актуальність та затребуваність компетентнісного підходу та індивідуальної освітньої траєкторії (ІОТ) дозволяє застосовувати різні ІТ-технології для виявлення деталізованих компетенцій співробітників, підвищення ефективності та результативності

навчання, перенавчання та перепідготовки працівників відповідно до вимог організації, для підвищення, у тому числі, і продуктивності праці співробітників під час виконання завдань або робіт у різних бізнес-процесах. При цьому для навчання співробітників з урахуванням актуальних компетенцій як для поточних, так і для стратегічних цілей можуть використовуватись різні форми та формати навчання: ДПО на базі вишів, корпоративне навчання, використання інших освітніх організацій або платформ.

Запропоновані підходи можуть бути корисними для реалізації кроків на практиці – для управління організаціями та підприємствами, які націлені на розробку та успішне виконання стратегії інноваційного розвитку організацій та підприємств, у тому числі за рахунок використання новітніх підходів при підготовці кадрів. Таким чином, застосування цифрових технологій в управлінні персоналом, що поєднує гнучкість, творчий підхід та продуктивність, дозволяє організації успішно адаптуватися до змін, що швидко відбуваються; забезпечувати зростання продуктивності праці; розробляти продукти, що відповідають мінливим бізнес-цілям організації

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Кравченко В.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.В. Шульга**
Полтавський державний аграрний університет

Концепція масового маркетингу останнім часом втрачає свою актуальність, що зумовлено активним розвитком цифрових інформаційних технологій, використанням нових каналів розповсюдження інформації про діяльність підприємства та їх застосування у маркетинговій комунікаційній політиці. Ці процеси зумовили переорієнтацію підприємств на більш чіткі цільові групи споживачів та на мікро-ринки. Таким чином, перехід від масового ринку до цільових груп призвів до структурних змін у системі маркетингових комунікацій, у результаті чого виникли нові сучасні інструменти.

Ефективність маркетингових комунікацій підприємства залежить від низки факторів, важливе місце з яких посідає застосування сучасних трендів та технологій на ринку маркетингових комунікацій.

До сучасних інструментів маркетингових комунікацій відносять [1, с. 198]:

- Product placement – маркетингова техніка, яка використовує у своїй роботі посилання на інші бренди (у музичних кліпах, телепередачах, кінофільмах, комп'ютерних іграх використовують логотип товару, при цьому роблять акцент на його споживчих якостях);

- Event-маркетинг – спеціально організована подія, під час якої у споживача формується позитивний образ торгової марки та встановлюється емоційний зв'язок з нею [2];

- Life-placement – передбачає просування товару за допомогою прихованої реклами (під виглядом звичайних покупців наймані промоутери розповідають про переваги товару);

- Трендсеттінг – це формування нових модних тенденцій для зміни уподобань та смаків споживачів у майбутньому та внесення відповідних змін у маркетингову комунікаційну стратегію підприємства;

- WOM technology – технологія вірусного розповсюдження інформації за рахунок створення дивних подій, про які люди розповідають і поширюють інформацію в мережі інтернет, привертаючи таким чином увагу до бренду чи товару;

- Buzz-маркетинг – застосування прийомів створення та розповсюдження штучно створених чуток;

- Тизер – це рекламне повідомлення, яке надає часткову інформацію про товар, але не демонструє його, щоб привернути до нього увагу та зацікавити потенційних споживачів;

- Ambient media – нестандартна зовнішня реклама, що використовує об'єкти навколишньої інфраструктури у якості носіїв реклами і розміщується у офісній, житловій або міській зоні [2];

- Провокаційний маркетинг – використання індустрії розваг для привернення уваги до товарів чи послуг підприємства.

Правильний вибір та комбінація маркетингових інструментів є складовою успіху застосування комплексу маркетингових комунікацій. Сучасними трендами у маркетингових комунікаціях є креативність та інноваційність, які передбачають постійне удосконалення. Для забезпечення ефективності системи маркетингових комунікацій, необхідно створювати правильний контент, спрямовувати його на цільові аудиторії споживачів у правильний час за допомогою сучасних інструментів комунікацій.

Інформаційні джерела

1. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48-2. С. 27-30.

2. Гайтина Н. М., Ілляшенко Н. С. Новітні інструменти маркетингових комунікацій. Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р. Суми : СумДУ, 2014. Т.2. С. 198-200.

3. Хмарська І. А. Інноваційні тренди на ринку маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємств легкої промисловості України. Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне фахове видання Миколаївського Національного Університету. 2018. № 21. URL: <http://global-national.in.ua/issue-21-2018/29-vipusk-21-lyutij-2018-r/3798-khmarska-i-a-innovatsijni-trendi-na-rinku-marketingovikh-komunikatsij-ta-jikh-vpliv-na-diyalnist-pidpriemstv-legkoji-promislovosti-ukrajini>

НАПРЯМИ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Кузьменко Є.Р., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Євченко**
Українська інженерно-педагогічна академія

В даний час існує велика кількість ефективних сучасних напрямків маркетингу, які бізнес може використовувати для просування своїх товарів і послуг. Давайте розглянемо найбільш поширені та ефективні напрямки цифрового маркетингу, які зараз використовують бізнеси. Серед них можна виділити маркетинг у соціальних мережах, маркетинг впливу, контент-маркетинг, маркетингову аналітику, автоматизацію маркетингу, маркетинг на основі даних та маркетинг у реальному часі. Слід зазначити, що це лише деякі з багатьох напрямків, які використовуються в сучасному маркетингу. Підприємства також можуть комбінувати різні підходи для досягнення максимальної ефективності та досягнення найкращих результатів.

Загалом цифровий маркетинг (Digital Marketing) — це використання цифрових каналів (веб-сайтів, соціальних мереж, мобільних додатків, електронної пошти тощо) для просування товарів і послуг. Цифровий маркетинг є одним із найефективніших і широко використовуваних методів маркетингу на сьогоднішній день. Це дозволяє компаніям охопити широку аудиторію в Інтернеті та спілкуватися з потенційними клієнтами в режимі реального часу.

Переваги цифрового маркетингу полягають у наступному:

- глобальне покриття – компанія цифрового маркетингу дозволяє охопити аудиторію в будь-якій точці світу, що дозволяє розширити бізнес і збільшити кількість клієнтів;

- висока ефективність – порівняно з традиційними методами маркетинг, цифровий маркетинг забезпечує більшу ефективність і точність охоплення аудиторії та вимірювання результатів;

- великий вибір каналів – існує багато різних цифрових маркетингових каналів, таких як соціальні мережі, електронна пошта, контент-маркетинг, SEO, контекстна реклама тощо, що дозволяє компаніям вибрати найбільш відповідний канал для охоплення своїх клієнтів;

- взаємодія з аудиторією – цифровий маркетинг дозволяє компанії налагоджувати більш тісний контакт із клієнтами та отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу, що сприяє підвищенню рівня лояльності клієнтів;

- низькі витрати – порівняно з традиційними методами маркетингу цифровий маркетинг забезпечує значно менші витрати на рекламу та просування бренду.

Тож загалом цифровий маркетинг може допомогти бізнесу ефективно просувати свої товари та послуги, встановлюючи контакти з потенційними клієнтами.

Розглянемо докладніше перераховані вище сучасні напрямки маркетингу[2-5].

Маркетинг у соціальних мережах (Social Media Marketing) — використання соціальних мереж (Facebook, Twitter, Instagram тощо) для встановлення контактів із потенційними клієнтами та просування товарів і послуг. Маркетинг у соціальних мережах є одним із найефективніших способів просування бренду та

залучення клієнтів в даний час, перевагами якого є:

- велике охоплення аудиторії – соціальні медіа мають величезну кількість користувачів, що дозволяє компаніям охопити широку аудиторію та залучити нових клієнтів;

- підвищення впізнаваності бренду – соціальні мережі роблять це можливим для компаній, щоб встановити більш тісний контакт з потенційними клієнтами та підвищити впізнаваність бренду;

- ефективність націлювання – соціальні медіа пропонують багато можливостей точного орієнтування на аудиторію, які дозволяють компаніям орієнтуватися на потенційних клієнтів;

- найкраща взаємодія з клієнтами – соціальні мережі роблять це можливим для компаній, щоб налагодити більш тісний контакт з

клієнтами, отримати зворотний зв'язок і відповісти на запитання в режимі реального часу;

- можливість створення вірусного контенту – соціальні мережі дозволяють компаніям створювати вірусний контент, який може швидко поширюватися серед користувачів і залучати нових клієнтів;

- низькі витрати – маркетинг у соціальних мережах забезпечує значно менші витрати на рекламу та просування бренду, ніж традиційні методи маркетингу;

- вимірність – маркетинг у соціальних мережах дозволяє компаніям вимірювати результати своїх кампаній і аналізувати дані для підвищення ефективності майбутніх кампаній.

Таким чином, маркетинг у соціальних мережах є ефективним способом просування вашого бренду та залучення нових клієнтів, що може допомогти підприємствам досягти успіху в сучасному діловому світі.

Ще одним актуальним напрямком сучасного маркетингу є маркетинг впливу (Influence Marketing) – це використання впливових людей, таких як блогери та знаменитості, для просування товарів та послуг. Інфлюенсер-маркетинг – це форма маркетингу, в якій компанії працюють з людьми, які мають власні облікові записи в соціальних мережах для просування свого бренду та продуктів. Ефективність інфлюенсерського маркетингу залежить від багатьох факторів, включаючи вибір правильного інфлюенсера, стратегію роботи з ним і узгодження бренду та продукту з цінностями інфлюенсера та його аудиторії.

До інших ефективних методів сучасного маркетингу відносяться:

- маркетингова аналітика (Marketing Analytics) — використання даних і аналітики для вимірювання та оцінки результатів маркетингових кампаній та прийняття рішень на основі цих даних;

- автоматизація маркетингу (Marketing Automation) – це використання програмного забезпечення і технологій для автоматизації маркетингових процесів, таких як розсилка електронних листів та керування рекламними кампаніями;

- маркетинг, керований даними (Data-Driven Marketing) — це використання даних і аналітики для прийняття рішень щодо маркетингових стратегій і тактик;

- маркетинг у реальному часі (Real-Time Marketing) — це використання даних і контексту в реальному часі для створення та доставки персоналізованих повідомлень і контенту.

Таким чином, сучасний маркетинг є суто цифровим і повинен використовувати весь спектр переваг, які приносить оцифрування компанії, щоб полегшити доступ до уваги потенційних споживачів, підвищуючи рівень їх лояльності, а отже, збільшуючи обсяг продажів продукції підприємства. Сьогодні цифровий маркетинг надзвичайно важливий для виробничих підприємств — з одного боку, він дозволяє підприємствам охопити свою аудиторію в Інтернеті, збільшити свою видимість і популярність, а також підвищити рівень продажу.

З іншого боку, цифровий маркетинг дає компаніям можливість збирати та аналізувати дані про своїх клієнтів, дозволяючи їм розробляти більш ефективні маркетингові стратегії та спілкуватися з клієнтами на більш персоналізованому рівні.

Інформаційні джерела

1. Пантелєєва Н. М., Колодій С. Ю., Ребрик М. А. Цифрова економіка як ключовий тренд розвитку постіндустріального суспільства: монографія. Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 299 с.

2. Руденко М. В. Цифровізація: категоріальні особливості та специфіка трактування. Економічний форум. 2021. № 4. С. 3-13.

3. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди Інтернет-маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2019. Вип. 24. С. 75- 85.

4. Хамініч С. Ю., Сокол П. М., Бабіч А. Д. Digital-маркетинг як сучасний засіб просування товарів та послуг. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. № 6. С. 45-50.

5. Тренди digital-маркетингу на 2018-й. URL: <https://www.imena.ua/blog/digital-marketing-trends-2018/>

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УМОВАХ КРИЗИ

Куценко О.В., здоб. ОС «магістр»

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

Процес управління маркетинговою діяльністю підприємства передбачає використання різноманітних підходів щодо розвитку діяльності суб'єкта господарювання, які базуються на принципах, функціях, елементах та методах маркетингу, що орієнтуються на потреби споживачів. Особливістю маркетингової діяльності будь-якого підприємства, слід зазначити потребу у фінансових інвестиціях, адже вдале використання різноманітних інструментів маркетингу є запорукою успішного просування товарів або послуг на ринку [1, 3].

Відзначимо, що сучасна теорія та практика маркетингу постійно розвиваються. Виникають нові підходи та погляди на сутність, роль та значення управління маркетинговою діяльністю. При цьому формуються різні погляди, у тому числі й на підходи, які утворюють його методологічну основу. Більшість науковців виокремлюють найефективніші підходи: системний, комплексний, організаційний, оптимізаційний та ситуаційний.

1. Системний. У менеджменті системний підхід сприймається як набір певних принципів або правил для менеджерів різних ланок управління та спосіб мислення щодо розробки та прийняття управлінських рішень. Виходячи з того, що система включає сукупність елементів, певним чином взаємозв'язаних між собою і зовнішнім середовищем, системний підхід вимагає комплексного бачення рішення проблем організації з урахуванням усіх причинно-наслідкових зв'язків. Констатуємо, що саме системний підхід дозволяє розглядати маркетингову діяльність як систему, яка складається з певного кількості взаємозв'язаних елементів, тому системний підхід в управлінні маркетинговою діяльністю спрямовано на пошук та виявлення найбільш оптимального шляху вирішення наявних проблем.

2. Комплексний підхід передбачає одночасну розробку та прийняття управлінських рішень, спрямованих на забезпечення пропорційного взаємоузгодженого розвитку підприємства як системи, тобто як єдиного цілого, забезпечуючи при цьому зв'язок усіх складових підсистем і елементів. Він передбачає єдність таких складових як організаційних, економічних, соціальних аспектів менеджменту, а також правових, психологічних та інших. З іншого боку комплексний підхід передбачає використання єдиного комплексу впливів через прийняття і реалізацію управлінських рішень. Засновуючись на цьому комплексний підхід до управління маркетинговою діяльністю розглядається набір видів робіт, заходів та процедур, спрямованих на виявлення перспективних цільових ринків, вивчення зростаючих потреб та запитів реальних і потенційних споживачів, розроблення відповідних до них товарів та послуг, обґрунтування ціни на них, вибору способів та каналів просування і розподілу, методів формування попиту та стимулювання збуту з метою здійснення обміну та задоволення потреб зацікавлених сторін. Таким чином, комплексний підхід до управління маркетинговою діяльністю передбачає єдність рішень щодо досягнення мети маркетингової діяльності шляхом прийняття управлінських рішень за

складовими маркетингової діяльності та елементами комплексу маркетингу.

3. Організаційний підхід в управлінні заснований на управлінні операціями – окремими видами та складовими робіт, виходячи з установлених інформаційних критеріїв ефективності управління. Стосовно управління маркетинговою діяльністю організаційний підхід розглядається як «система управління маркетинговою діяльністю підприємств, яка заснована на принципах соціально-етичного маркетингу і спрямована на своєчасну адаптацію до умов мінливого маркетингового середовища, на задоволення потреб споживачів і забезпечення на цій основі довгострокового комерційного успіху» [2]. Але дискусійним в даному розумінні є той аспект, що вектор управління орієнтовано на адаптацію, а не на пошук шляхів покращення окремих операцій, тобто видів та складових робіт маркетингової діяльності.

4. Оптимізаційний підхід пов'язаний з тенденціями постійного удосконалення бізнес-процесів, операцій та технологій. Принцип оптимізації управління, який для будь-яких складних систем (чи то людина, чи державна організація, фірма, виробниче підприємство або суспільство в цілому) вважається основною умовою розвитку ефективної діяльності. Не виключенням є і маркетингова діяльність, яка потребує постійного удосконалення процесів, методів та технологій маркетингової діяльності для кращого досягнення цілей. На основі оптимізаційного підходу прийматимуться управлінські рішення щодо удосконалення процедури прийняття та узгодження маркетингових рішень; оптимізації процесів за видами маркетингової діяльності; збалансування зусиль у розрізі елементів комплексу маркетингу, організації їх відповідно до уніфікованої моделі та керування ними як комплексним процесом; а також рішення щодо розробки та впровадження маркетингових інновацій.

5. Ситуаційний підхід, забезпечує своєчасну та високу адаптивність до мінливих умов, його використання в управлінні маркетинговою діяльністю є необхідним. Саме ситуаційний аналіз здійснюється на початку процесу планування маркетингової діяльності, завданням якого є визначення стану та зміни ринкових умов, в яких функціонує підприємство, а також основних зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на нього. Як правило ситуаційний аналіз проводиться за такими напрямками: (аналіз ринку, аналіз конкуренції та основних конкурентів, оцінка сегментів ринку, моніторинг діяльності підприємства на даний момент з метою визначення її відповідності тим ринковим умовам, які склалися в

даний момент. У результаті його проведення формується інформаційно-аналітичне забезпечення розробки, обґрунтування та прийняття маркетингових рішень.

Ураховуючи особливості сучасного динамічного середовища, яке характеризується прискоренням змін та виникненням неочікуваних кризових ситуацій (після пандемії COVID-19 та у цей час військового положення в країні), унаслідок чого формуються нові виклики та умови господарювання, актуалізується використання ситуаційного підходу до управління маркетинговою діяльністю. При цьому автори наголошують на ролі у процесі прийняття управлінських рішень відзначає значущість «ситуаційного мислення», яке має забезпечувати прийняття рішень в міру виявлення потенційних проблем. Зазначимо, що саме ситуаційний підхід забезпечує необхідну гнучкість і адаптивність організаційної структури, швидку реакцію на мінливі умови зовнішнього середовища.

Інформаційні джерела

1. Бубенець І. Г., Чатченко О. Є. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризи. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/07/2022-306-48.pdf>

2. Краус К. М. Управління маркетингом малого торговельного бізнесу: концепції, організація, доміанти розвитку: монографія. Полтава: Дивосвіт. 2013. 163 с.

3. Бубенець І. Г., Куценко О. Маркетинг в умовах воєнного стану країни: стратегія розвитку. Маркетинг очима молоді : зб. статей Хмельницький: ХНУ, 2022. С. 19-23. URL: <https://mr.khmnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/35/2022/08/zbirnyk-stud-konf-13.pdf>

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Літинська В.А., канд. екон. наук, доц.
Хмельницький національний університет

У сучасних умовах господарювання головною метою діяльності підприємств є збільшення доходів та досягнення конкурентних переваг на довготерміновій основі, які нададуть можливість досягти стабільного економічного зростання. Для забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства важливим є утримання наявних ринкових позицій та постійного пошуку нових

ринків збуту, що сприятиме розширенню підприємства та його економічному зростанню

Формування маркетингового аудиту є одним із найскладніших завдань стратегічного управління. Необхідність його зумовлена отриманням інформації, що характеризує фінансово-господарську діяльність підприємства, а також складових елементів середовища, яке його оточує, та координації на цій основі діяльності системи управління з метою досягнення поставлених цілей.

Маркетинговий аудит – це комплексне, систематичне, незалежне і регулярне спостереження маркетингового середовища підприємства, його цілей, стратегій і діяльності з метою визначити проблемні сфери, можливості і заходи для поліпшення діяльності підприємства [1, с. 323].

Таким чином маркетинговий аудит, як і всі інші види аудиту повинен бути [1, с. 324]:

- комплексним — він повинен досліджувати всі головні аспекти маркетингової активності підприємства, до того ж не тільки проблематичні;

- систематичним — він повинен досліджувати макро- і мікросередовище підприємства, маркетингові цілі і стратегії, маркетингові системи і діяльність, а також мати певний порядок і систему;

- незалежним — реалізація маркетингового аудиту повинна бути в компетенції незалежних, насамперед зовнішніх експертів, тому що саме це забезпечує вищу ступінь об'єктивності;

- регулярним — менеджери повинні використовувати аудит не тільки в проблемних ситуаціях, а регулярно.

Маркетинговий аудит повинен охоплювати всі головні види маркетингової діяльності й не обмежуватись аналізом лише окремих критичних моментів. Це має бути цілісна система управлінського аналізу й консультування. Аудит маркетингу повинен включати упорядковану послідовність діагностичних кроків, які охоплюють зовнішнє середовище маркетингу для даної фірми, внутрішні системи маркетингу й окремі функції маркетингу. Після проведеного аналізу наслідком є розроблення рекомендацій щодо коригування дій підприємства.

Аудит маркетингової діяльності може проводитися систематично за планом через певні проміжки часу. Інколи проведення аудиту ініціюється тоді, коли на підприємстві існують проблеми: обсяг продажу почав падати, результати діяльності збутовиків знижуються, з'явився явний сильний конкурент, постало питання про реструктуризацію або перепрофілювання підприємства.

Узагальнюючи погляди вітчизняних та зарубіжних учених, можна виділити наступні завдання аудиту маркетингу [2, с. 14]:

- оцінка організації маркетингу та маркетингових систем;
- оцінка ефективності персоналу відділу маркетингу;
- отримання інформації, необхідної для оцінки ефективності маркетингу;
- оцінка рівня ефективності окремих елементів маркетингової діяльності;
- визначення фактично досягнутих результатів, зіставлення планових та фактичних показників діяльності;
- визначення причин відхилень фактичних показників від планових;
- визначення реальної ефективності методів, що використовуються;
- аналіз практики використання маркетингових інструментів;
- виявлення проблем та недоліків у системі маркетингу;
- формування пропозицій та рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства;
- проведення заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності.

Проведення маркетингового аудиту підприємства можна з деяким допущенням здійснювати шляхом оцінки конкурентоспроможності підприємства по показниках маркетингової діяльності. Для цього досліджуються основні фактори конкурентоспроможності підприємства по показниках маркетингової діяльності: характеристика продукції; цінова політика підприємства; політика розподілу; система просування товару.

При дослідженні товарної продукції підприємства аналізується товарний асортимент і номенклатура підприємства в цілому; маркетингові можливості нової продукції, відшуковуються невикористані резерви продукції або нові сфери застосування; аналізується технологія виробництва з метою виявлення відповідності вимогам якості продукції, що випускається або повинна випускатися, також розглядається можливість гнучкості та оперативності технологічних процесів для можливості розширення асортименту і випуску нової продукції; техніко-технологічні показники продукції з погляду їх рівня корисності і конкурентоспроможності; якість продукції як основний елемент конкурентоспроможності; дизайн, імідж торгової марки, упаковка, після продажний сервіс інше [3, с. 516].

Цінова політика підприємства як фактор конкурентоспроможності характеризується ціною продажу, ціною

споживання, знижками, гнучкістю платежів, умовами товарного кредитування, системою стимулювання продажів.

Політика розподілу продукції підприємства є важливим елементом конкурентоспроможності підприємства наближуючи виробника до споживача. При аналізі розповсюдження продукції досліджуються форми розповсюдження через оптових посередників, торгових представників, роздрібних торговців, участь підприємства у виставках і ярмарках тощо; організація логістичного забезпечення розповсюдження; організація контролю запасів.

Отже, маркетинговий аудит в ідеалі являє собою процес регулярного та критичного дослідження, аналізу та контролю за маркетинговою діяльністю підприємства, від якої залежить успішність функціонування його як комерційної організації. Слід зазначити, що маркетинговий аудит не є перевіркою ефективності роботи відділу маркетингу, - це оцінка як стану внутрішніх справ підприємства (організації чи фірми), так і його позиції на ринку.

Інформаційні джерела

1. Бабко Н. М., Бережна Ю. Г., Прокопенко О. В. Теоретико-методологічні аспекти бізнес аналізу в маркетингових дослідженнях. Український журнал прикладної економіки, 2020. Т.5. № 2. С. 320–326.

2. Бутинець Т. А. Маркетинговий аудит : відмінності у трактуванні. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Житомир : ЖДТУ, 2015. Вип. 3 (33). С. 3–16.

3. Михальчишина Л. Г. Маркетинговий аудит : сутність, завдання, перспективи розвитку. Економічні науки. 2013. Вип. 10(3). С. 513–519. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10%283%29__85.

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ У СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Лук`яненко А. В., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р пед. наук, проф. **В.М. Нагаєв**
Державний біотехнологічний університет

Однією з особливостей формування професійної компетентності державних службовців є необхідність розвитку їх комунікативної професійної взаємодії, що пов'язано із зростанням обсягу соціальних контактів. За цих умов особливого значення набуває проблема фахової підготовки менеджерів до комунікативної професійної взаємодії, як

невід'ємного атрибуту їх професійної діяльності та інструменту досягнення операційних цілей. Професійна комунікація займає особливе місце в системі управлінської підготовки, виступаючи невід'ємною складовою професійної діяльності фахівця в системі публічного адміністрування [2, с. 40].

Державний службовець в системі публічного адміністрування – це керівник-лідер громадського соціуму, державних органів влади та місцевого самоврядування, який забезпечує ефективну господарську діяльність через активізацію людського фактору шляхом прийняття управлінських рішень в умовах соціальної взаємодії. Ці менеджерські якості формуються завдяки вивчення теорії та практики професійної комунікації, яка покликана надати майбутнім фахівцям можливість ефективно впливати на виробничі ситуації в системі публічного адміністрування. В умовах професійної управлінської діяльності комунікативна компетентність (КК) визначає здатність фахівця ефективно здійснювати функціональні обов'язки в системі багаторівневих комунікацій на рівні громадськості та владних структур сукупністю форм та засобів управлінського впливу [1, с. 69].

Наведені вище положення доводять, що професійна комунікація має відповідати конкретним напрямкам професійної діяльності менеджера і мати структурно-функціональну побудову у вигляді моделі компетентності фахівця. Формування комунікативної компетентності у процесі фахової підготовки державних службовців розглянемо крізь призму аспектного аналізу за компетентнісним, діяльнісним і технологічним підходами. Компетентнісний підхід реалізує гносеологічну мету фахової підготовки фахівців до КК, а саме, набуття досвіду з організації та управління, а також досвіду роботи з інформацією. Діяльнісний підхід виявляє процесну, суб'єктну і контекстно-змістову складові професійної підготовки та реалізує праксеологічну мету через навчальну діяльність суб'єктів щодо оволодіння знаннями, вміннями та навичками з КК. Технологічний підхід полягає в забезпеченні педагогічних умов організації освітнього процесу з метою формування компетентнісних характеристик досвіду соціальних комунікацій.

Розглянемо компонентну структуру КК державних службовців в системі публічного адміністрування. В її основу включено такі компоненти, як: організаційно-управлінська культура, педагогічна культура, економічна культура, культура наукової діяльності, правова культура, досвід соціокультурної взаємодії [3]. Кожна з цих груп спирається на цілком конкретні за змістом первинні якості. На цій основі визначимо комунікативну професійну компетентність

майбутнього фахівця як здатність суб'єкта до успішного здійснення комунікативної взаємодії в професійній сфері, що ґрунтується на системних знаннях комунікативних технологій спілкування, та способів їх здобуття, риторичних умінь і навичках, а також сукупності особистісних якостей, які охоплюють мотивацію, вольовий прояв і рефлексію.

Модель КК державних службовців розуміємо як інтегративну структуру, складниками якої є такі компоненти: емоційно-ціннісний (мотиваційні потреби, інтереси, цілі та цінності риторичної діяльності); когнітивний (повнота, системність, гнучкість знань, їх науковий характер, етична спрямованість знань); комунікативно-діяльнісний (пізнавальна активність, творча управлінська діяльність, уміння і навички переконувати співбесідника, лідерські здібності, мистецтво управління); особистісно-розвивальний (здатність до саморозвитку, уміння і навички самоуправління та рефлексивної діяльності, досвід професійної комунікації). Дана модель визначає цілі і зміст професійної комунікації державних службовців менеджера в системі публічного адміністрування.

Інформаційні джерела

1. Регіональна політика та місцеве самоврядування: підручник / Куц Ю. О., Мамонова В.В., Наконечний В.В., Ольшанський О.В. Х.: Вид-во: ХарРІНАДУ «Магістр», 2018. 208 с.
2. Нагаєв В.М. Публічне адміністрування: електронний навчальний посібник. Х.: ХНАУ. 2018. 278 с.
3. Нагаєв В.М. Формування досвіду соціокультурної професійної комунікації менеджерів у процесі їх фахової підготовки. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. № 2, 2017. С. 42-47.

МЕНЕДЖМЕНТ АГРОХОЛДИНГІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Накісько В.О., здоб. ОС «магістр»,

Сумцова А.Ю., здоб. ОС «магістр»

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

З практики господарювання суб'єктів бізнесу в Україні бачимо, що у сфері агробізнесу лідерські позиції займає корпоративний сектор, в основному представлений великими сільськогосподарськими підприємствами та їх об'єднаннями. Ці підприємства є основними виробниками і експортерами сільськогосподарської продукції.

Оскільки агробізнес має велике значення для економіки країни, дослідження управління цим сектором набуває особливого інтересу.

Важливо зазначити, що потенціал корпорацій часто використовується не на повну силу через низький рівень менеджменту та неефективну організацію. Удосконалення управління цими структурами стає насущною потребою для підвищення ефективності та конкурентоспроможності агробізнесу.

Як показує світова і вітчизняна практика, інтеграція позитивно впливає на розвиток агропромислового комплексу та його окремих підкомплексів. Такі структури об'єднують сільськогосподарське виробництво, підприємства, які постачають для сільського господарства ресурси, переробляють і реалізують продукцію. Зростає вплив великих структур про що свідчить, що саме агрохолдинги є одними з основних суб'єктів в аграрній економіці: від них залежать ціни на продукти харчування, вони є основними експортерами сільськогосподарської продукції, формують ВВП країни, створюють нові робочі місця та впроваджують інновації у сільське господарство та точне землеробство [1].

Нами узагальнено, що економічними перевагами інтегрованих вертикальних агроформувань є:

- зниження витрат виробництва за допомогою переваг значних розмірів і спеціалізації (економія від масштабу виробництва);
- конкурентоспроможність і можливість проникнення на нові ринки;
- підвищення стійкості виробничо-економічної діяльності, зниження фінансових ризиків за рахунок більш стабільного забезпечення ресурсами і збуту продукції, диверсифікація виробництва;
- розширення інвестиційної діяльності за рахунок власних і позикових коштів, що пов'язано з підвищенням привабливості інтегрованого об'єднання як об'єкта інвестування;
- підвищення ефективності використання ресурсів і отримання продукції з високою доданою вартістю;
- досягнення синергетичного ефекту від сумісної діяльності всіх структур, які входять до агрохолдингу [2-5].

Важливою складовою успішного функціонування агрохолдингів є ефективна система управління, яка охоплює всі аспекти діяльності агрохолдингу. Ця система включає в себе не лише управління окремими підприємствами, а й координацію всіх компонентів агрохолдингу. Основні складові такої системи включають наступне:
1. Створення агрохолдингу. Включає в себе принципи, форми і методи

об'єднання організацій в єдиний агрохолдинг. Це включає в себе визначення статусу кожної організації, яка входить до складу агрохолдингу, як учасника материнської компанії, дочірньої компанії, залежної організації або позбавленої юридичного статусу. Великі сільськогосподарські, переробні, агросервісні, торгові і фінансові організації можуть бути включені до складу материнської компанії;

2. Управління кожною організацією агрохолдингу. Включає в себе внутрішнє управління кожним підприємством агрохолдингу, з участю представників учасників юридичних осіб і менеджменту кожного підприємства.

3. Управління системою взаємовідносин. Охоплює координацію взаємодії між учасниками агрохолдингу, суб'єктами господарської діяльності на технологічному ланцюгу, а також суб'єктами сумісної діяльності з питань фінансових потоків та інші аспекти. Зазначено, що кожен з цих напрямків має свою специфіку, і важливо ретельно розробляти стратегії та методи управління кожним аспектом агрохолдингу. Усі ці складові разом створюють систему управління, яка допомагає агрохолдингу оптимізувати діяльність і досягти більшої ефективності в аграрній сфері.

Управління кожною структурою агрохолдингу юридичні особи здійснюють самостійно, відповідно до чинного законодавства, організаційно-правової форми і видів діяльності. Управління системою взаємовідносин учасників будується на необхідності постійного забезпечення узгодженості інтересів. В основі узгодженості економічних інтересів покладено розподіл доходу від реалізації кінцевої продукції між учасниками агрохолдингу. Тут необхідно розглянути два напрями: розподіл доходів на вкладений капітал і розподіл доходів від участі в сумісній діяльності як материнської компанії так і дочірніх структур. У першому випадку в основі розподілу покладено частку від інвестицій в уставний капітал, у другому – дохід від реального вкладу в сумісну діяльність, створення і реалізації кінцевої продукції, причому вклад може бути як участь в технологічному процесі, так і вкладення інвестицій у розвиток виробництва, перероблення і реалізації продукції.

Об'єктивною необхідністю в агрохолдингах є освоєння інноваційних технологій, забезпечених технікою і обладнанням нового покоління, які дають можливість підвищити продуктивність праці, знизити собівартість агропродукції, поліпшити її якість. Освоєння таких технологій має базуватись на біологізації, екологізації і цифровізації землеробства, рослинництва, тваринництва, а для цього необхідні інвестиції та залучення інвесторів. Важливою умовою успішного функціонування агрохолдингу – наявність у його складі

організації-інтегратора, який володіє інноваційним і бізнес-досвідом; залучення в діяльність агрохолдингу кваліфікованих керівників і спеціалістів [2].

Ефективність функціонування агрохолдингів як вертикально інтегрованих утворень корпоративного типу досягається як шляхом високої концентрації праці і капіталу на значних площах, так і шляхом переваг використання моделі управління, що досягається внаслідок уніфікації технологічних та управлінських підходів. У сучасних реаліях розвитку економіки рівень конкурентоспроможності агрохолдингів залежить від технологічності виробництва, використання результатів інноваційної діяльності, що дозволяють збільшити обсяг доданої вартості внаслідок значного зростання продуктивності.

Інформаційні джерела

1. Агрохолдинги України. URL:<https://tripoli.land/ua/agrokholdingi-ukrainy>.
2. Власенко Т.А., Руденко С.В., Накісько О.В. Управління підприємствами корпоративного типу в агробізнесі. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2023. № 1-2. С. 83-88.
3. Грідін О.В., Дудник О.В., Руденко С.В. Сутність, місце та сучасне значення ризикменеджменту в управлінській парадигмі організації. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2018. Вип. 191. С. 188-201. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtsug_2018_191_21.
4. Рунчева Н.В. Управління розвитком корпоративних відносин в аграрній сфері економіки: монографія. Херсон: Айлант, 2017. 362 с.
5. Драган О.О., Зубченко В.В. Особливості функціонування аграрних холдингових компаній в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2023. №5. 44-50.

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ніколенко В.М., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Прядко**
Державний біотехнологічний університет

Сучасний ринок характеризується насиченням інформацією про підприємства, їх товари, що надходить з різних джерел і зумовлено розвитком цифрових каналів передачі даних, нових цифрових технологій, діджиталізацією. Це підвищує рівень конкурентної боротьби і ставить перед виробниками завдання пошуку найбільш ефективних каналів комунікації зі своїми споживачами. Зокрема,

виникає потреба у більш широкому застосуванні комунікативних інструментів управління підприємством та розробку маркетингової комунікативної політики.

Трансформаційні процеси в економіці вимагають розвитку маркетингової діяльності промислових підприємств, яка спрямована на стимулювання збуту продукції, її просування на промислових ринках, використовуючи всі можливості системи комунікацій (від латинського «communicatio» – зв'язок чи спілкування) всередині організаційної структури та за її межами, тобто з зовнішнім бізнес-середовищем [1].

У свідомості клієнта інформація, одержувана ним із різноманітних засобів реклами: сучасного телебачення, журналів, реалізації режими реального часу методами комп'ютерного обслуговування - поєднується в єдине. У разі, якщо інформація, що надходить від різних джерел, суперечлива, це ініціює недовіру до фірми та її продукції. Часто фірмам не виходить чітко скоординувати роботу своїх каналів комунікації.

Зараз стає актуальним перехід до такого поняття як комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), який став відповіддю теорії маркетингу на посилення просування товарів і послуг на ринку.

Інтегровані засоби маркетингових комунікацій передбачають використання усього комплексу маркетингових комунікацій, у той час як неінтегровані – лише окремі складові.

Використання методу інтегрованих маркетингових комунікацій у комерційній діяльності підприємства дозволяє найбільш гармонійно поєднувати ринкові інтереси фірми та покупця (рис. 1.)

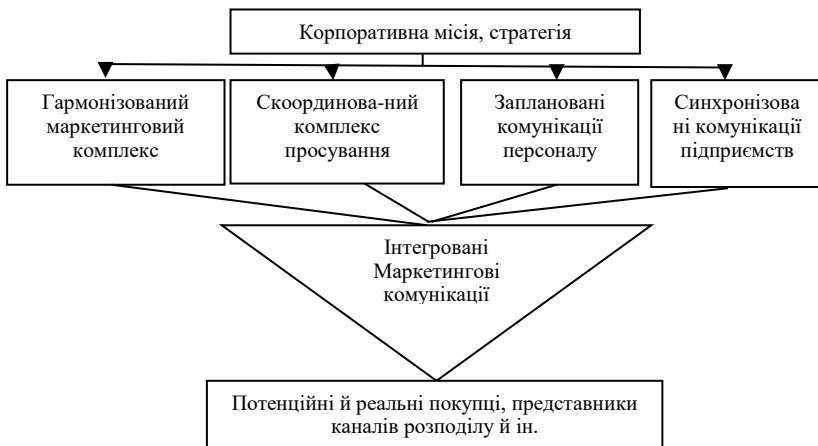


Рис. 1. Модель інтегрованих маркетингових комунікацій

Такий підхід до організації ефективної комерційної діяльності застосовується у використанні інтегрованого комунікативного комплексу як найбільш раціонального та оптимального впливу виробника на процес прийняття рішення споживачем.

Таким чином, ефективно сформована маркетингова система комунікацій підприємства здатна забезпечити високий рівень його конкурентоспроможності та оптимізувати витрати підприємства. Основними тенденціями розвитку маркетингових комунікацій є: розвиток цифрових технологій, формування лояльності клієнтів; креативність та інноваційність підходів до клієнта; соціальна відповідальність бізнесу; інтегрований підхід до побудови системи маркетингових комунікацій; зростання важливості іміджу підприємства.

Інформаційні джерела

1. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Організаційні аспекти формування комунікативної політики промислового підприємства. Науковий погляд: економіка та управління. 2022. Вип. № 3 (79). С. 103–110.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Обиденнова Т.С. канд. екон. наук, доц.,

доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Українська інженерно-педагогічна академія

Для ефективної роботи торгових підприємств важливо розуміти суть, принципи та методи маркетингу. Тому, хто хоче продавати, необхідно здійснити множинні маркетингові функції, такі як: пошук покупців, виявлення їх потреб, створення відповідних попиту товарів та послуг, просування даних продуктів на ринок, складування, транспортування, зберігання, ціноутворення та інші, які є основою маркетингової діяльності

Маркетингова діяльність – будь-яка діяльність, що охоплює процес впровадження філософії та інструментарію маркетингу у всіх компонентах ланцюга ринкової економіки і яка дозволяє відповісти на деякі питання: що виробляти і в якій кількості, як виробляти, де робити що потрібно зробити для того, щоб товар чи послуга задовольняли купівельний попит та забезпечували необхідний прибуток. Головна мета маркетингової діяльності – це забезпечення комерційного успіху підприємства, товарів чи послуг на ринку, а цього, в більшості випадків, можна досягти за допомогою підвищення

обсягів продажу в натуральному та грошовому вираженні. Однак, залежно від умов діяльності цілі маркетингової діяльності у певній організації можуть відрізнятись.

Зміст маркетингової діяльності торгових підприємств полягає у пошуку взаємного та вигідного компромісу між потребами майбутніх споживачів та можливостями виробництва організації, враховуючи потенційні дії конкурентів. Зазвичай у маркетингу вважається, що у маркетингової діяльності необхідно виходити саме з потреб ринку, але це не завжди буває правильно.

Маркетингова діяльність торгового підприємства може бути орієнтована на модифікацію товарів, послуг, бізнес-процесів з метою відповідності попиту, а також на організацію, формування або зміну ринкового попиту, а саме потреб майбутніх споживачів. Однак через те, що безпосереднє управління попитом, на відміну від безпосереднього управління товарами, послугами та бізнес-процесами, в більшості випадків неможливе через технічні причини, тому що треба мати на увазі управління свідомістю та мотивацією споживачів, то вважається найбільш доцільним орієнтуватися на потреби споживачів і необхідно підлаштовувати під нього пропозиції торгового підприємства. Але якщо подивитися з іншого боку, створити зовсім новий для галузі вдалий товар або послугу при орієнтації на наявний попит на ринку, практично неможливо. При цьому безперечним фактом є те, що навіть розробку абсолютно нового товару необхідно починати з відповіді на питання: які саме споживачі будуть його купувати і чому вони будуть робити це?

Маркетингову діяльність торгового підприємства можна умовно поділити на такі напрямки:

- збір маркетингової інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище торгового підприємства – маркетингові дослідження, конкурентна розвідка тощо;

- аналіз маркетингової інформації та прийняття маркетингових рішень (сегментування та вибір цільових сегментів, оцінка конкурентоспроможності;

- планування маркетингових заходів (розробка маркетингової стратегії та плану маркетингу);

- формування реалізація комплексу маркетингу.

У процесі розробки маркетингової стратегії або аналізу маркетингової інформації може виникнути потреба у проведенні додаткових досліджень, а за результатами маркетингових досліджень можуть бути внесені виправлення безпосередньо до складових

комплексу маркетингу без зміни маркетингової стратегії та плану маркетингу.

Маркетингова діяльність торгових підприємств, як комплекс заходів, орієнтується вивчення таких питань:

1) Оцінка середовища підприємства, що містить постачальників, конкурентів, споживачів, ринки тощо. За допомогою такої оцінки можна виділити фактори, які сприяють чи перешкоджають комерційному успіху підприємства. Зрештою, створюється база даних прийняття аргументованих рішень маркетингу.

2) Аналіз діючих та потенційних споживачів підприємства. Такий аналіз базується на вивченні економічних, демографічних, географічних та інших факторів споживачів, а також їх потреб та потреб, процесів придбання товарів, у тому числі конкурентів.

3) Дослідження наявних та планування потенційних товарів, а саме створення концепцій створення нових товарів або покращення вже наявних, охоплюючи асортимент, упаковку, параметри та інше. Застарілі товари, які не приносять необхідного прибутку підприємству, перестають виробляти та реалізувати.

4) Планування руху товарів та збут, у тому числі створення, при необхідності, мереж збуту продукції з магазинами та складами.

5) Управління маркетингом як системою, до якої входить результативність рішень маркетингу, планування, аналіз ризиків та прибутковості підприємства, а також виконання та контроль програми маркетингу та персональних обов'язків усіх працівників підприємства.

6) Забезпечення створення попиту та стимулювання збуту за допомогою поєднання особистих продажів, реклами, економічних заохочень, спрямованих на агентів, співробітників та споживачів, а також престижних некомерційних заходів.

7) Формування політики цін підприємства, засноване на плануванні системи та рівня цін на товари, термінів кредитування, знижок, акцій та інше.

8) Забезпечення соціальних і технічних стандартів країни, тобто необхідний рівень використання товару, і навіть захист довкілля, необхідний рівень властивостей товару, дотримання морально-етичних норм.

Основне завдання управління маркетингової діяльністю підприємства – вплив на ступінь, час і характер попиту, щоб це сприяло досягненню поставлених цілей. Велика кількість українських торгових підприємств, за умов ринкової економіки, усвідомила потребу у посиленні маркетингової діяльності. Проте більшість торгових організацій застосовують маркетинг як управлінську систему

виробничо-збутової діяльності, лише окремі заходи маркетингу, які зосереджені досягнення певних цілей підприємства. Пов'язано це з дефіцитом кваліфікованих фахівців, досвіду та засобів. З цієї причини менеджмент торговельних підприємств повинен більш ретельно досліджувати питання маркетингової діяльності, яка стосується визначення результативності заходів маркетингу в умовах нестабільності та мінливого зовнішнього середовища.

Інформаційні джерела

1. Равікович І. Є. Оцінка ефективності впровадження інструментів інтернет-маркетингу в діяльності торгового підприємства. Економіка: реалії часу. 2015. № 5. С. 161 – 166.
2. Краус К. М. Система заходів з удосконалення управління маркетингом малих торговельних підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 7. С. 99 – 103.
3. Шапран Є. М., Шапран О. С. & Соснов І. І. Підвищення ефективності маркетингової діяльності міжнародних торгових підприємств на основі теорії нечітких систем. Інтелект ХХІ. 2018. № 2. С. 43 – 48.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

Омельчук А.Ю., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Т.В. Боровик**
Полтавський державний аграрний університет

Імідж підприємства формується його місією, професіоналізмом, компетентністю працівників, роллю у громадському житті чи маркетинговому середовищі [1-2].

Імідж відображає прихильність підприємства до співробітників, клієнтів, конкурентів, партнерів та громадськості. Процес формування іміджу потребує кропіткої роботи професіоналів з маркетингу та вищого керівництва, щоб імідж мав позитивний характер [1-3].

Відкритість інформації, доступність Інтернету і масова діджиталізація вимагають від підприємств і організацій виваженої роботи і ґрунтовного підходу до формування іміджу підприємства. Оскільки сучасні споживачі детально досліджують товари, які хочуть придбати. Якщо товар і послуги не виправдують очікувань покупців, компанія втрачає лояльність і довіру до бренду своїх основних зацікавлених сторін [4-5].

Пропонуємо чотирнадцять складових формування позитивного іміджу підприємства [1-6]:

1. Будьте чесними і говоріть правду (незалежно від того, яку рекламну платформу виберете, важливо дотримуватися обов'язкових законів щодо будь-яких оманливих дій або неправдивих рекламних заяв. Переконайтеся, що повідомлення про ваш бізнес, яке рекламується, є етичним і правдивим).

2. Узгодження місії, мети і стратегії (управління брендом і культурою бізнесу пов'язане з відповідальністю за узгодження місії, бачення та стратегії. Саме в центрі цих важливих елементів організації народжується та створюється рекламне повідомлення. Збереження пильності та нагляду для забезпечення узгодженості між організаційною місією та діями має першочергове значення для управління брендом і культурою. Автентичні дії мають найбільше значення.

3. Підвищення якості обслуговування клієнтів (щасливі клієнти стають найбільшими захисниками бренду, тому важливо запропонувати клієнтам найкращий досвід. Коли клієнти захоплюються продукцією підприємства, вони, швидше за все, порекомендують його своїм друзям і родині, що має величезний вплив на купівельну поведінку споживачів).

4. Будьте автентичним (залишатися вірним своїм цінностям та повідомляти своїй команді обґрунтування управлінських рішень є надзвичайно важливим. Наявність поінформованої та освіченої команди щодо нових позицій у продуктовому портфелі зумовлює вищі продажі та ефективнішу комунікацію. Розробіть внутрішні рекламні матеріали, які зосереджені на тих самих цілях кампанії. Ваші колеги стануть вашими амбасадорами).

5. Спочатку процес управління іміджем краще почати в колективі (вкрай важливо почати управляти брендом, культурою та іміджем компанії на рівні своєї компанії, перш ніж робити це зовні. Після правильної роботи всередині команди кожен член команди просуватиме бренд за межами своєї роботи).

6. Встановлення основних цінностей (спочатку управлінці формують конкурентні переваги, а потім діляться ними з усіма в своїй команді. Одна справа створити бренд, який впізнають люди, але набагато ефективніше побудувати бренд, узгоджений із сильним сторонами що у подальшому сформує імідж підприємства).

7. Визначте унікальність вашого бренду (імідж бренду, як правило, створюється роками і залежить від людей або співробітників. Саме те, як ви робите те, що ви робите, створює унікальний досвід для

працівників компанії та клієнтів. Це унікальний досвід, який відрізняє компанію від аналогів і формує імідж).

8. Проявляйте співчуття (розвивайте корпоративну культуру і згуртованість працівників. Сильне почуття згуртованості утримає хороших людей на місці та залучить інших. Знайдіть цінність своїх людей, дізнайся, що їх захоплює, і розвивай це для остаточного успіху).

9. Формуйте добре враження (управління іміджем вимагає внутрішньої дисципліни. Це більше, ніж просто піар. Сила бренду часто полягає у враженні від продукції і досвіду від її купівлі, як хорошого, так і поганого. Люди можуть впізнати бренд за його рекламою, але те, що у них асоціюється з брендом, важливіше).

10. Відточуйте свою рекламу (реклама швидше впливає на свідомість споживачів, однак зв'язки з громадськістю (PR) є стійкішими. PR має вирішальне значення для того, щоб бренд сприймали як лідера ринку).

11. виправдовуйте очікування ваших клієнтів (робіть те, що ви сказали, що збираєтеся зробити).

12. Чітко сформуйте мету (майте чітку, мотивуючу мету та місію, яку розуміє та підтримує кожна зацікавлена сторона. Найкращий спосіб зробити це – створити історію бренду).

13. Творіть позитивне мислення і поведінку (найкращий спосіб управляти брендом й іміджем підприємства – це напрями, які створюють «позитивне емоційне мислення»).

14. Створіть щасливе робоче середовище (у той час як бренд компанії – це її зовнішній вигляд та імідж, організаційна культура – це внутрішня робота компанії. Обидва напрями пов'язані, тому важливо ефективно управляти ними. Щасливі працівники – щасливі клієнти).

Таким чином можемо стверджувати, що позитивний імідж це не кінцева мета, а постійний процес. Результатами позитивного іміджу є збільшення обсягів реалізації продукції, наявність постійних клієнтів, висока лояльність до бренду, високий рівень товарності. Також імідж підприємства впливає на моральний стан персоналу, плінність кадрів, витрати на підбір персоналу та маркетингові результати.

Інформаційні джерела

1. Лозовський О. М., Дрончак І. В. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності. Молодий вчений. 2016. № 1(1). С. 101-104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1\(1\) 25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1(1) 25). (дата звернення 30.09.2023).

2. Боковець В. В. Розроблення мотиваційних механізмів – прискорення інноваційної діяльності підприємств. Економіка та суспільство, Вип. No 9, URL: <http://economyandsociety.in.ua> (дата звернення 30.09.2023).

3. Вартанова О. В. Науково-методичні підходи до управління іміджем підприємства сфери послуг. Управління розвитком. 2016. № 4. С. 79–84. Режим доступу: URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2016_4_13. (дата звернення 08.10.2023).

4. Костюк Г. В. Формування позитивного іміджу підприємства. Г. В. Костюк, В. В. Сторожук. Вісник КНУТД. 2014. № 1. С. 176-181.

5. 15 ways to manage your company's image from the inside out. URL: <https://www.fastcompany.com/90722848/16-ways-to-manage-your-companys-image-from-the-inside-out> (дата звернення 08.10.2023).

6. Ковалевська А. В., Шалімова Д. С. Аналіз ринку як передумова вдосконалення процесу іміджбیلдингу підприємства. Бізнес Інформ. 2020. №3. С. 459–469. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-3-459-469> (дата звернення 08.10.2023).

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Острянин В.С., здоб. ОС «магістр»,
Пересадило Є.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.В. Шульга**
Полтавський державний аграрний університет

Здатність підприємства успішно конкурувати на світовому та міжгалузевому ринках або в окремій галузі отримала втілення у категорії «конкурентоспроможність». Конкурентоспроможність проявляється тільки через конкуренцію і в умовах конкуренції. Необхідно відмітити, що єдиного підходу до визначення даного поняття у зарубіжній та вітчизняній науці не існує [1, с. 305].

Порівняльний маркетинговий аналіз дає можливість виявити внутрішні фактори забезпечення конкурентоспроможності, які допомагають керівнику забезпечувати підприємству досить тривале функціонування та розвиток в умовах динамічного, конкурентного середовища. Ключовими факторами конкурентоспроможності є поєднання наявних виробничих можливостей підприємства з отриманим досвідом їх використання та сформованим позитивним іміджем, що сприяють виробництву конкурентоспроможної продукції, яка забезпечує існування підприємства у довгостроковій перспективі.

Для оцінки ефективності маркетингового управління конкурентоспроможністю застосовують різноманітні методики, на основі яких розробляють рекомендації для конкурентоспроможного та ефективного розвитку як окремих галузей, так і окремих підприємств. Найбільш практичним у застосуванні вважається метод, який

базується на теорії ефективної конкуренції. Цей метод визначає конкурентоспроможним те підприємство, яке найкраще організувало роботу всіх підрозділів.

Ефективність роботи кожного підрозділу підприємства визначається ефективністю використання ресурсів, які необхідні для забезпечення конкурентоспроможності підприємства (рис. 1).

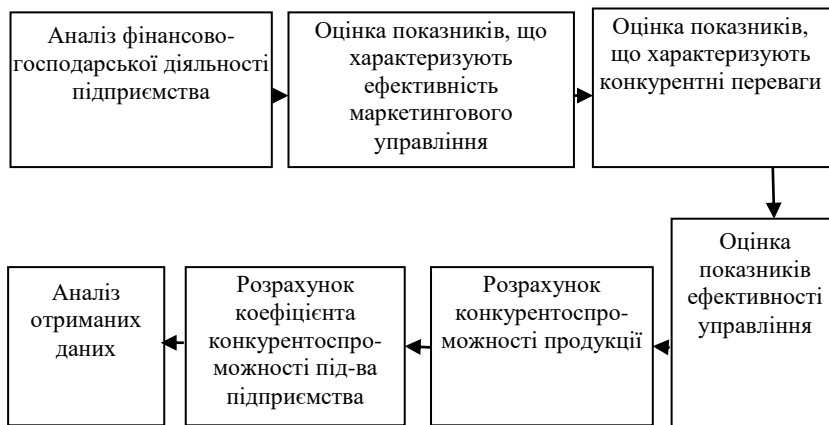


Рис. 1. Схема управління конкурентоспроможністю підприємства при використанні маркетингового підходу

Оцінка конкурентоспроможності діяльності підприємства проводиться на основі показників, які визначають його конкурентні переваги і визначається проведенням конкурентного аналізу. Здійснюють конкурентний аналіз у наступній послідовності: визначення чинників конкурентного середовища та проведення оцінки привабливості ринку; аналіз конкурентів; здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства та формування його конкурентних переваг [2, с. 267].

Для оцінки ефективності маркетингового управління конкурентоспроможністю використовують наступні показники: ринкову частку підприємства, показники товарообігу, обсяг продажу, рівня витрат, ресурсовіддачі, продуктивності праці, балансового прибутку, чистого прибутку, рентабельності, коефіцієнта співвідношення власних і позичених коштів, де кожному кількісному показнику визначають відповідну суму балів. Якісні показники оцінюються експертами. До них відносять: адаптованість каналів

збуту, широту асортименту, упаковку, якість обслуговування, рівень сервісу, додаткові послуги, імідж підприємства [3, с. 57].

За результатами аналізу сильних і слабких сторін підприємства визначаються його конкурентні переваги. Виділяють три групи конкурентних переваг: функціональні; організаційні; засновані на взаємодії із зовнішнім середовищем.

Функціональні переваги включають наступні показники маркетингової діяльності: знання потреб споживачів і переваг у поділі цільових ринків; формування показників конкурентоспроможності товарів, гнучка цінова політика, ефективна збутова політика, дієва комунікаційна політика підприємства.

Організаційні переваги включають: ефективність організаційної структури управління маркетингом, наявність досвіду маркетингової діяльності, ефективність взаємодії служби маркетингу з усіма структурними підрозділами підприємства [2, с. 268].

Переваги, засновані на взаємодії із зовнішнім середовищем, досягаються за рахунок формування оптимальної взаємодії із чинниками макросередовища (організаційними, економічними, політичними структурами, органами соціальної сфери), так і чинниками мікросередовища прямого впливу (споживачами, маркетинговими посередниками, постачальниками, іншими контактами аудиторіями) [2, с. 267].

Наразі конкурентоспроможність українських підприємств не забезпечує основні завдання національної економіки та не відповідає європейській перспективі України. Ефективність управління конкурентоспроможністю залежить як від менеджменту та власників підприємств, так і від органів державного управління, які повинні збільшити підтримку бізнесу та забезпечити сприятливі умови для його розвитку. Тому підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю підприємств повинно бути пріоритетним завданням для держави.

Інформаційні джерела

1. Гребньов Г. М. Маркетингові чинники впливу та механізм управління конкурентоспроможністю. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2014. № 10. С. 304-310.
2. Співак С. М. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Матеріали XIX наукової конференції ТНТУ ім. І. Пулюя. 2016. С. 267-268.
3. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 20. С. 56-60.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У КРЕДИТНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ

Пучок М.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – ст. викл. **Л.О. Петребчук**
Державний торговельно-економічний університет

Кредитний менеджмент є невід’ємною частиною функціонування фінансових установ. Він представляє собою комплексний підхід до управління процесом кредитування, а відтак впливає на економічний розвиток та фінансову стабільність суспільства. Однак традиційні підходи кредитного менеджменту у фінансових установах дуже часто супроводжуються великою кількістю ризиків та обмежень. Для вирішення такого роду проблем надзвичайно важливу роль відіграють інновації. Одним з напрямків запровадження інновацій в цій сфері є використання штучного інтелекту (ШІ).

В останні роки штучний інтелект зазнає все більшого розвитку у абсолютно різних галузях, включаючи фінансово-банківську та фінтех. Використання ШІ дає можливість покращити клієнтське обслуговування в різних фінансових установах [1]. Насамперед, системи штучного інтелекту розробляються для виконання канцелярської роботи, рутинних завдань, оброблення масивів даних Big Data [2]. Інструменти ШІ допомагають банкам та небанківським фінансовим установам приймати раціональні рішення, аналізуючи різні фактори, наприклад, кредитні історії, фінансові звіти, кредитні рейтинги тощо, які більш точно оцінюють позичальників, на відміну від традиційних методів, у процесі прийняття кредитних рішень [3]. Використовуючи ШІ, працівники фінансових установ мають доступ до фінансових, виробничих та інших базових операцій установи, відповідно є можливість надання швидкого зворотного зв’язку клієнтам. В результаті вони мають змогу оперативно реагувати на події та адаптуватися до мінливої ситуації.

Наразі можна виокремити декілька ключових напрямів використання штучного інтелекту в сфері фінансів [2]:

- взаємодія з клієнтами:
- розробка чат-ботів, які інформують про особливості продуктів та сервісів, надають фінансові рекомендації, нагадують про погашення кредитів, інформують про курси валют тощо;

- використання ШІ для колекторських процедур – за допомогою системи відбувається аналіз інформації про позичальника, далі вона зв'язується з позичальником завдяки діалоговій роботі;

- формування індивідуальних пропозицій та програм підвищення лояльності;

- створення особистого віртуального помічника;

- прийняття рішень на рівні середнього й «молодшого» менеджменту (наприклад, операційна ефективність – автоматичне коригування відхилень у транзакціях; IoT – «розумне» страхування для роздрібних клієнтів тощо);

- фінансовий аналіз (онлайн-платформа Refin аналізує такі дані, як показник інфляції та рівень податків);

- навчання персоналу;

- оцінка ризиків і забезпечення дотримання вимог (зовнішні інсайдерські загрози);

- системи безпеки та захисту.

Такі напрями демонструють важливість використання ШІ у фінансово-банківській сфері загалом, задля забезпечення ефективності, безпеки та покращення обслуговування клієнтів.

Розглянемо декілька компаній, які використовують штучний інтелект у кредитуванні [3]:

1.Компанія Enova використовує штучний інтелект та машинне навчання на своїй кредитній платформі для надання розширеної фінансової аналітики та кредитної оцінки. Компанія має на меті обслуговувати споживачів та малий бізнес.

2.Zest AI – андеррайтингова платформа на основі штучного інтелекту, яка допомагає компаніям оцінювати позичальників майже без кредитної інформації чи історії.

3.Ocrolus пропонує програмне забезпечення для обробки документів, яке поєднує машинне навчання з перевіркою людини. Програма дозволяє бізнесу, організаціям та приватним особам підвищити швидкість та точність аналізу фінансових документів.

4.Underwrite.ai використовує моделі штучного інтелекту для аналізу фінансових атрибутів із джерел кредитних бюро для оцінки кредитного ризику для заявників на споживчі кредити та кредити для малого бізнесу.

Штучний інтелект відіграє важливу роль у покращенні процесів, забезпечує більшу ефективність та приймає більш точні рішення. До основних переваг штучного інтелекту можна віднести [4]:

- підвищення рівня якості роботи за рахунок мінімізації ризику людських помилок;

- безперервна доступність та висока швидкість обробки Big Data;

- миттєве ухвалення рішень;
- здатність прогнозувати події на основі аналізу даних;
- зниження витрат за допомогою автоматизації;
- постійне удосконалення системи ШІ, що в майбутньому призводить до підвищення точності результатів.

На протипагу позитивним сторонам, застосування ШІ також супроводжується низкою недоліків та ризиків:

- недовіра зі сторони клієнта. Деколи клієнти можуть не розуміти, які критерії та фактори були використані для прийняття кредитного запиту;

- відсутність індивідуального підходу. Системи ШІ можуть надавати загальні рішення, які не враховують індивідуальні особливості клієнта, що, в свою чергу, може призвести до втрати клієнта;

- вартість розробки та впровадження. Розробка та впровадження систем ШІ є дороговартісними та вимагають значних інвестицій для навчання персоналу;

- ризик кібербезпеки. Можливі атаки систем ШІ зловмисниками;

- залежність від технологій, що може призвести до неефективності функціонування фінансових установ у разі виходу з ладу системи штучного інтелекту.

Отже, можна зробити висновок, що інновації в кредитному менеджменті на основі штучного інтелекту надають можливості для покращення процесів кредитування, роботи фінансових установ в цілому, зниження ризиків та підвищення довіри між кредитором та позичальником. Проте, використання ШІ вимагає управління ризиками, задля ефективного та етичного використання цієї технології.

Інформаційні джерела

1. Як Alliance bank змінюється разом зі штучним інтелектом. URL: <https://bankalliance.ua/articles/yak-alliance-bank-zmynyetsya-razom-zi-shtuchnim-intelektom>

2. Циганов С.А., Апалькова В.В. Розвиток штучного інтелекту: еволюційні процеси на міжнародному фінансовому ринку. Фінанси України. 2018. №8. С.20-31. URL: https://finukr.org.ua/docs/FU_18_08_020_uk.pdf

3. Як штучний інтелект змінює світ фінансів. URL: <https://ua.news.ua/technologies/kak-yskusstvennyj-yntellekt-menyuaet-myr-fynansov>
Впровадження ШІ у сферу фінансів. URL: <https://avada-media.ua/ua/services/vnedreniye-iskusstvennogo-intellekta-v-sferu-finansov/>

ВИКОРИСТАННЯ НОРМ ПРАЦІ В ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА

Савков Р.В., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Г.І. Капінос**
Хмельницький національний університет

Норми праці є важливою складовою управління виробництвом та допомагають забезпечувати ефективність та продуктивність працівників. В практиці тайм-менеджменту використовують такі основні види норм праці: норму часу, норму виробітку, норму обслуговування, норму чисельності, нормоване завдання.

Норма часу – визначає тривалість робочого часу, яка необхідна для виконання певного обсягу робіт. Ці норми можуть бути встановлені для всього підприємства, окремого цеху або робочого місця і є одним із основних елементів системи нормування праці. Норма часу допомагає раціонально розподіляти робочий час, підвищувати ефективність виробництва, контролювати виконання роботи. Норма часу може бути визначена на основі різних факторів, зокрема таких як характеристики виробництва, складність роботи, рівень кваліфікації працівника тощо. Встановлення норм часу повинно відповідати вимогам законодавства та угод, укладених з профспілками.

Норма виробітку – це кількість продукції, яку повинен виготовити працівник протягом певного часу. Ця норма може бути виражена в різних одиницях виміру, таких як кількість виробів, вага, об'єм тощо. Встановлення норм виробітку допомагає підприємствам збільшувати ефективність виробництва, знижувати витрати, забезпечувати стабільний рівень якості продукції та здійснювати контроль за виробничим процесом. Норма виробітку повинна бути розрахована з урахуванням характеристик виробництва та здатностей працівників, а також відповідати вимогам законодавства.

Норма обслуговування – це встановлений стандарт якості та кількості обслуговування, який повинен надаватися споживачам протягом певного періоду часу. Ця норма може бути встановлена для різних видів послуг, таких як готелі, ресторани, медичні заклади, транспортні компанії тощо. Встановлення норм обслуговування допомагає підприємствам та організаціям забезпечувати високий рівень обслуговування споживачів, збільшувати їх задоволеність та лояльність до бренду. Норма обслуговування може включати в себе різні показники, такі як швидкість та якість обслуговування, рівень задоволеності клієнтів тощо. Для досягнення максимального ефекту

від встановлення норм обслуговування необхідно враховувати потреби та очікування споживачів, а також особливості відповідного виду послуг.

Норма чисельності – це кількість працівників, які повинні бути присутніми на роботі на певний період часу для забезпечення ефективного та безперебійного функціонування організації. Норма чисельності може бути встановлена для конкретної години, дня, тижня, місяця чи року залежно від специфіки діяльності організації.

Нормоване завдання – це завдання, яке має чітко встановлені параметри та вимоги, які повинні бути виконані протягом певного часу з використанням встановлених ресурсів. Це може бути завдання на виробництві, в навчанні, в організації обслуговування та інших сферах діяльності. Нормоване завдання може включати в себе різні параметри, такі як кількість продукції, яку необхідно виготовити за певний час, кількість завдань, які повинні бути виконані, кількість клієнтів, яких необхідно обслуговувати, терміни виконання завдання та інші показники. Нормовані завдання використовуються для планування та контролю за виконанням роботи, оцінки продуктивності працівників та підвищення ефективності діяльності організації в цілому. Вони також можуть бути використані для визначення заробітної плати працівників залежно від їх продуктивності та виконання нормативів.

Зважаючи на різноманітність галузей виробництва і видів робіт, приклади застосування різних видів норм праці можуть бути різними. Наведемо кілька загальних прикладів на конкретних підприємствах: на автомобільному заводі "Renault" встановлена норма часу на складання одного автомобіля моделі "Clio", яка становить 25 годин [3]; норма виробітку на цукровому заводі "Астарта-Київ" розрахована так, що кожен працівник підрозділу з переробки цукрового буряка повинен забезпечувати виробіток не менше 50 тонн цукру на добу [1]; норма обслуговування: на заводі з виробництва скла "СтеклоСтрой" становить 3 верстати на кожного робітника, який займається обслуговуванням лінії виробництва скляних панелей [4]; норма чисельності: на будівельному підприємстві "КиївБуд" встановлена так, що для виконання будівельних робіт обсягом 10000 кв. метрів необхідно мати 20 працівників [2].

Існує декілька основних причин, чому встановлення норм праці є важливим елементом ефективного виробництва та досягнення успіху в бізнесі:

- підвищення продуктивності праці: Встановлення норм праці дозволяє підприємству контролювати трудові ресурси, зменшити затрати на виробництво та збільшити продуктивність праці;

- ефективне планування виробництва: Нормування праці дозволяє планувати виробництво, розраховувати терміни виготовлення продукції та контролювати ресурси;

- розподіл завдань: Встановлення норм праці дозволяє розподіляти завдання між працівниками та контролювати виконання ними цих завдань;

- оцінка ефективності роботи: Нормування праці дозволяє оцінювати ефективність роботи працівників та підприємства в цілому;

- збільшення якості продукції: Встановлення норм праці дозволяє підвищити якість продукції шляхом контролювання та покращення технологій виготовлення.

Існує декілька способів для вдосконалення основних видів норм праці:

- аналіз процесів виробництва та впровадження інноваційних технологій;

- впровадження ефективної системи мотивації працівників;

- вдосконалення організації праці (наприклад, встановлення оптимальних режимів роботи, використання автоматизованих систем контролю, оптимізація технологічних процесів тощо);

- підвищення кваліфікації працівників.

Встановлення норм праці є важливою складовою ефективного виробництва та досягнення успіху в бізнесі. Відповідно до цього, питання нормування праці завжди залишається актуальним для підприємств і вимагає постійного удосконалення та адаптації до змін у виробничому середовищі.

Щоб забезпечити ефективне нормування праці, необхідно враховувати специфіку виробництва, особливості трудових процесів, рівень кваліфікації працівників та інші фактори. Процес нормування повинен бути прозорим та справедливим, а працівники повинні мати можливість вільно спілкуватися з керівництвом та вносити свої пропозиції щодо удосконалення робочих процесів.

Інформаційні джерела

1. Astarta-Kyiv Holding. URL: <https://astartaholding.com>.
2. KyivStroy LLC. URL: <https://kievstroy.org/ua/o-kompanii.html>.
3. Renault Ukraine. Офіційний сайт автовиробника. URL: <https://www.renault.ua/>
4. Steklostroy. URL: <https://steklostroy.com.ua/>.

ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Семіволос А.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. С.І. Страпчук

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

Враховуючи кризовий стан ринку готельно-ресторанних послуг, сталий розвиток є безперечно актуальним. Дотримання принципів сталого розвитку надає підприємствам можливості кращого контролю за зовнішнім середовищем. Сталий розвиток готельно-ресторанного господарства має прямий чи опосередкований вплив на всі 17 Цілей сталого розвитку, які відображають глобальний консенсус щодо ключових викликів і пріоритетів для сталого розвитку. Серед головних можна виділити: 8 – Гідна праця та економічне зростання; 12 – Відповідальне споживання; 13 – Боротьба зі зміною клімату; 6 – Чиста вода та належні санітарні умови; 7 – Відновлювальна енергія;

Однією з найбільших проблем для індустрії гостинності є пошук шляхів і рішень, які дозволять відокремити зростання індустрії від зростання викидів і загального впливу на навколишнє середовище. Комбінація енергоефективних заходів та впровадження відновлюваних джерел енергії загалом розглядаються як єдиний шлях вперед задля досягненні цілей декарбонізації. Доцільним є використовувати економічні переваги екологічних практик в сфері енергоменеджменту, зокрема через:

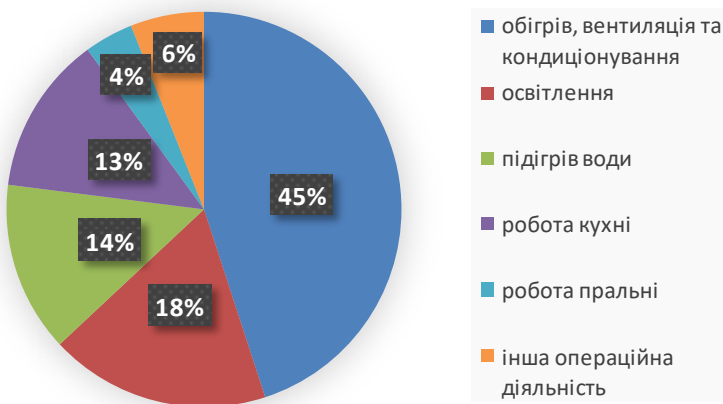


Рис. 1. Структура використання енергії в готелі

1. Зменшення витрат на енергію. Енергія є другою за величиною категорією витрат для готелю після оплати праці.

2. Зменшення витрат енергії. Значна кількість споживаної енергії витрачається даремно, залишаючи достатньо місця для розумних заходів енергоефективності та енергозбереження

3. Управління ризиками. Енергія з невідновлюваних джерел безпосередньо пов'язана з викидами вуглекислого газу. Надмірна ставка на невідновлювальні джерела енергії є не раціональною у довгостроковій перспективі.

Щоб отримати фінансову віддачу від удосконалення енергоменеджменту, необхідно постійно прагнути покращувати енергоефективність. Заходи для досягнення більшої енергоефективності різноманітні. Хороший спосіб їх побачити це — подумати про види діяльності, які використовуються у більшості звичайних функцій готелів, і застосувати методи «бережливого господарювання», які зменшують споживання енергії. Залучення співробітників до створення списків дій допомагає змусити всіх думати в одному напрямі.

Цифровізація увійшла в усі сфери готельних процесів, включаючи енергоменеджмент. Налаштування екранів комп'ютерів підприємства на вимикання через п'ять хвилин бездіяльності, вимкнення всіх комп'ютерів в кінці дня та заміна старого обладнання більш ефективними моделями є простими рішеннями для підвищення енергоефективності організації. Кондиціонери останнього покоління споживають на 30% менше енергії. Сучасні системи кондиціонування не тільки економлять енергію, але й здатні рекуперувати тепло, вироблене під час роботи. Тепло, яке зазвичай виділяється в атмосферу, тепер можна використовувати, для попереднього підігріву води для пральні або басейнів. Завдяки застосуванню новітніх технологій, які дозволяють раціонально використовувати енергію, заклади гостинності можуть зменшити споживання електроенергії за ніч проведену гостем в готелі. Використовуючи так звані інтелектуальні системи готельних номерів, можна економити електроенергію, регулюючи системи кондиціонування, опалення та освітлення відповідно до присутності гостя в номері. Готелі шукають можливості та переваги у цій сфері, об'єднавши систему енергоменеджменту готелю з системою управління номерами, щоб забезпечити зниження споживання, коли кімната не зайнята. Зв'язок між споживанням енергії та зайнятістю кімнати створює природний синергізм збереження енергії. Під час виїзду все некритичне обладнання в номері можна автоматично контролювати або вимикати.

Такі предмети, як будильники та холодильники, не мають великого впливу, тоді як регулятори температури, телевізори, освітлення окремих приміщень і пов'язані компоненти раціонально підлягають вимкненню. Цифрові технології включають інтелектуальні лічильники, які збирають дані про споживання енергії в будівлі, наприклад, датчики які реєструють рівень освітленості або температури, для легкого моніторингу, та використання програмного забезпечення яке дозволяє обробляти та аналізувати дані, щоб виробляти ідеї та прогнозні моделі того, як енергія може використовуватися ефективніше.

Інформаційні джерела

1. Alvarez-Risco A., Estrada-Merino A., & Perez-Luyo R. Sustainable Hospitality Management: Sustainable Development Goals in Hospitality Management: підручник, 2020. 159-178 с.
2. ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ [Електронний ресурс]. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku> (дата звернення 03.10.23)
3. Sloan P., Legrand W., Chen J. S. Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of Sustainable Operations: підручник, 2023. 63-114 с.
4. Alcorn M. THE GREEN RESTAURANT IN PRACTICE: EMPLOYEE ATTITUDE AND BEHAVIOR TOWARDS ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY: монографія, 2014. 22-27 с.
5. Денисенко М. П., Будякова О. Ю. Особливості економічного розвитку готельно-ресторанного бізнесу: стаття, Економіка та держава. 2020. № 4, 19-23 с.
6. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ТА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС КРИЗИ

Сефер О.П., здоб. ОС «магістр»,
Штода Г. М., здоб. ОС «магістр»

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

Після подолання невизначеності та розгубленості з травня 2022 року бізнес в Україні почав відновлюватися. Розуміючи необхідність підтримки економіки країни почали відновлювати діяльність підприємства в Україні, відкриватися нові фізичні особи підприємці. При цьому саме малий та середній бізнес стали основою економічного фронту і забезпечують країну товарами, робочими місцями,

податками, том у край важливо, щоб вони ефективно працювали та розвивалися. Для цього важливим є активне використання маркетингових інструментів, які забезпечують взаємодію та комунікацію зі споживачами, сприяють просування продукції або послуг.

Найбільш популярними інструментами є діджитал, зокрема інтернет-реклама, маркетинг в соціальних мережах. За даними Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ) з початком війни інтернет-реклама зазнала менших втрат, цей інструмент після 24.02.22 використовували 71% опитаних компаній [1]. Експерти відмічають, що наразі більшість компаній тримає фокус саме на діджитал-комунікаціях. Загалом це попит на проекти досліджень онлайн ритейлу, e-commerce промоції, CRM та програми лояльності.

Окремі маркетингові інструменти змінюються, з'являються нові технології. Зокрема, івент-заходи, спонсорство, різноманітні активності для споживчів та активзації перестають використовуватися в старому класичному виді. Вони набувають нових форм. більшість з них перетворюються на соціальні проекти. Все більше популяризується колаборація з конкурентами, які стають партнерами. активно до маркетингових активностей залучаються українські митці, зірки. Особливо зростає партнерство з фондами та брендами, які орієнтуються на збори коштів, перекази для ЗСУ та ТРО, які підтримують забезпечення ринку товарами вітчизняного виробництва з патріотичними настроями, а також опікуються виробництвом нових продуктів під потреби армії та населення тощо. Усе більше вітчизняних компаній долучаються до висвітлення подій на міжнародному рівні, просуваючи українські бренди, культуру, беручи участь та організовуючи заходи на підтримку країни.

Ураховуючи те, що значна частка працівників вітчизняних компаній або виїхали за кордон, або перемістилися з окупованих територій чи територій, де ведуться активні бойові дії, відчувається втрата та нестача висококваліфікованої робочої сили. Для утримання тих, хто залишився, та стимулювання повернення найбільш цінних працівників на підприємствах використовується маркетинг персоналу. Компанії намагаються забезпечити підтримку та допомогу своїм працівникам. Уважне керівництво, добрі, чуйні колеги та гнучкість у підходах компанії набули особливої важливості для працівників. Щоб привабити найкращих і найрозумніших працівників у свій бізнес, компаніям потрібно докласти зусиль до покращення свого іміджу, подбати про розвиток власної репутації. Важливо забезпечити працівникам можливості навчання та кар'єрного зростання. Таким

чином працівники будуть відчувати свою потрібність, залученість до роботи компанії, ставатимуть більш мотивованими.

Головна риса маркетингових інструментів з початку 2022 року – гнучкість, адаптація та пристосування до непередбачуваних та надскладних умов маркетингового середовища в Україні. Зміни охоплюють усі напрями маркетингової діяльності від географії, масштабів, асортименту продуктів, ціни, способі просування і до організації роботи співробітників маркетингових служб. Багато вітчизняних компаній скористалися новою можливістю і саме у 2022 році вийшли на міжнародні ринки. Тим самим освоїли нові країни, отримали нових партнерів, запроваджували нові підходи до налаштованих попередніми роками процесів. Тим самим більшість з них досягли нового витка розвитку, здійснивши трансформацію своїх продуктів, сервісів, процесів, технологій та інструментів маркетингу.

Слід відзначити збільшення актуальності маркетингу взаємовідносин. Налагодження та підтримка взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами, зокрема партнерами, клієнтами, громадськими організаціями додають додаткових переваг для розвитку бізнесу. Актуальним напрямом маркетингу залишається формування лояльності споживачів, забезпечення адаптивності та активність в соціальних ініціативах на підтримку людей, військових, країни в цілому.

Інформаційні джерела

1. Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів. Висновки 2022. Прогноз на 2023. URL. <https://mami.org.ua/uk/news/mami-news/Ocinka-obsjagu-rinku-marketingovih-servisiv-Visnovki-222-Prognoz-na-223>

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сивинський І.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.В. Шульга**
Полтавський державний аграрний університет

Формування конкурентоспроможності підприємства потребує системного підходу до управління його персоналом. У загальному, управління персоналом розглядають як систему взаємозалежних організаційно-економічних та соціальних заходів по формуванню умов для стабільного функціонування, розвитку та ефективного використання персоналу в організації [1].

Динамічний розвиток ринкового середовища, невизначеність умов для функціонування підприємств та непередбачуваність дій конкурентів потребує застосування маркетингового підходу до управління персоналом. Важливою складовою забезпечення стабільної позиції підприємства на ринку є ефективне управління персоналом із застосуванням маркетингового підходу.

Оптимально побудована система управління, механізм її забезпечення та використовувані методи управління впливають на ефективність управління персоналом підприємства.

Під методами управління персоналом визначають способи впливу на окремих працівників та колектив вцілому з метою узгодження їх дій у процесі виконання виробничих завдань на підприємстві. Виділяють три основні групи методів управління персоналом підприємства (рис.1): економічні, адміністративні та соціально-психологічні.

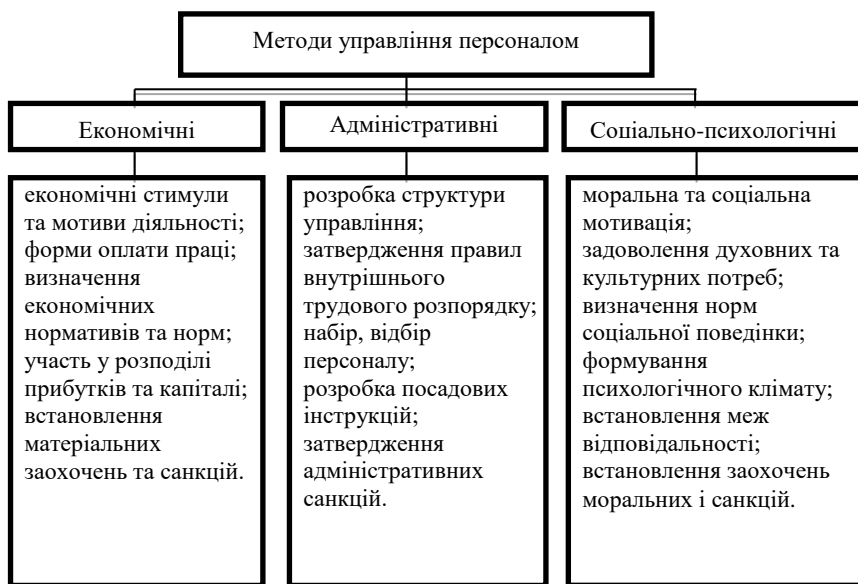


Рис. 1. Класифікація методів управління персоналом [1]

Оптимальне поєднання цих методів дозволяє підвищити результативність роботи персоналу і підвищити ефективність діяльності підприємства та його конкурентоспроможність [1].

Маркетинговий підхід до управління персоналом потрібно розглядати у взаємозв'язку з іншими методами управління персоналом, оскільки він має бути повністю інтегрований у процес управління персоналом, кожна складова якого містить елементи, які формують зміст цього підходу.

Застосування економічних методів управління з точки зору маркетингу передбачає управління лояльністю працівників та мотивація їх діяльності, виявлення та задоволення потреб у працівниках та їх планування [2, с. 121].

Адміністративні методи управління включають організацію залучення та відбору працівників, маркетингові дослідження ринку праці, управління комунікаційними зв'язками на підприємстві.

Сучасна концепція управління персоналом на перший план виділяє соціально-психологічні методи. Ця група методів передбачає індивідуальний підхід та врахування індивідуальних особливостей кожного працівника при маркетинговому управлінні персоналом та формування у працівника почуття задоволеності роботою та умовами праці, що робить з них амбасадорів підприємства [2, с. 123].

Таким чином, потреба використання маркетингового підходу до управління трудовим потенціалом та ефективного поєднання різних методів управління персоналом є важливою для формування конкурентоспроможності підприємства. Адміністративні методи при маркетинговому підході передбачають прямий характер впливу на процес відбору та залучення працівників та встановлення системи комунікацій на підприємстві. Економічні і соціально-психологічні методи характеризуються непрямим характером впливу та формують лояльне ставлення споживача до підприємства за рахунок використання економічних та соціальних стимулів. Оптимальне поєднання методів управління персоналом з використанням маркетингового підходу дозволить покращити результативність управління і, забезпечити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Інформаційні джерела

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : моногр. / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко . Донецьк : ДонНУЕТ ім.М.Туган-Барановського, 2010. 229 с.
2. Харун О. А. Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств / О. А. Харун // Вісник Ужгородського національного університету, 2016. Вип. 10. С. 121-125.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сидоренко К.О., здоб. ОС «доктор філософії»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Л. Шелест**
Українська інженерно-педагогічна академія

Останнім часом в українській економіці відбулися чималі зміни, у зв'язку з якими підприємницькі структури починають шукати різні шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності. Діяльність компаній здійснюється в умовах, коли відбувається стрімкий розвиток сучасних технологій, підвищується роль інформації практично у всіх суспільних сферах життєдіяльності, збільшується якість та кількість зростання конкурентного середовища. У зв'язку з цим підприємцю необхідно забезпечувати систему ефективних комунікацій свого бізнесу з внутрішнім та зовнішнім середовищем. Збереження та зміцнення ринкових позицій виробничих структур здійснюватимуться таким найважливішим інструментом як ефективна комунікаційна політика.

Комунікації є важливою частиною всіх сфер людської діяльності, комунікаціях будується переважна більшість економіки сучасного суспільства.

Актуальність аналізованої тематики, пов'язаної з дослідженням формування комунікативної політики, є насамперед пріоритетною у сфері підприємництва, яка відповідно пов'язані з управлінням, що також пов'язані з маркетингом.

Отже, маркетингова комунікативна політика – це такі дії підприємства, які спрямовані на планування та здійснення взаємодії всіх суб'єктів маркетингової системи із фірмою. Усі ці дії виконуються на основі стратегії управління комплексом комунікативних засобів, які у свою чергу забезпечують стабільне та ефективне формування попиту та просування пропозиції на ринку з метою задовольнити потреби покупця та отримання прибутку [1].

Спираючись на сказане вище, можна виділити кілька ключових компонентів, які дадуть нам зрозуміти та відчутти всю значимість комунікацій та тих технологій, що здійснюються у системах маркетингу компанії. Перше, це те, що на даний момент у світі відбуваються величезні технологічні прориви в області поширення систем та засобів зв'язку, збільшується швидкість передачі різних повідомлень, що дуже важливе для компаній. У зв'язку з цим відбувається безперервне зростання ролі комунікацій у сучасній

економіці, тобто відбувається зростання значущості спілкування та комунікацій між людьми (співробітниками), за рахунок цього збільшується масштаб зв'язків, а це є головним елементом абсолютно будь-якої економічної системи.

Наступний компонент, що визначає значущість комунікацій, пов'язаний із збільшенням значимості суб'єкта, саме з його властивостями.

В даному випадку йдеться про фізичній чи юридичній особі, підприємстві або про якусь компанію, вони є суб'єктами економічної системи.

Говорячи про властивості, можна сказати, що це свого роду можливість проявити свою власну незалежну економічну поведінку, за рахунок широкої доступності технологічної та інформаційної інфраструктури.

Комунікативна стратегія – це така частина комунікативної поведінки або комунікативної взаємодії, в якій використовується серія різних невербальних та вербальних засобів для досягнення певної комунікативної мети.

Комунікативна політика – це комплексний план заходів, що відповідає за здійснення ефективної взаємодії бізнес-партнерів, організацію масової реклами, а також за методи стимулювання збуту, зв'язку з громадськістю, персональний продаж [2].

Комунікативна політика є зведенням правил для підприємства, відповідальних за комунікативну поведінку компанії та за взаємодію торгових марок та товарів між собою.

Також за допомогою комунікативної політики визначається склад маркетингових засобів, які будуть використовуватися для досягнення поставленої комунікативної мети.

Завдання комунікативної політики:

- докладно описати методи, правила та способи комунікації;
- не допустити застосування на практиці недостовірних та неповних комунікацій;
- не допустити використання каналів комунікацій, які не відповідають цілям та завданням політики.

Розвиток комунікативних систем на ринку відбувається за рахунок наступних факторів:

1. Вибудовування міцних зв'язків із постійними покупцями та надалі залучення та утримання нових. Такий зв'язок між фірмою та споживачем вибудовується, починаючи від першої досконалої угоди та подальшою побудовою довгострокових взаємин.

2. Об'єднання управлінських функцій підприємства, створюючи цим комплексне управління основних бізнес-процесів, і навіть посилення ролі маркетингу у координації основних сфер діяльності фірми.

3. Орієнтування на сучасне суспільство, тобто використовувати такі технології, які максимально заощаджують час. Цього можна досягти шляхом вивчення нових принципів господарювання, нових технологій обробки сировини, використання новітніх матеріалів, інформації.

4. Використання в маркетингу нових способів психологічної взаємодії з покупцями, щоб зробити їх лояльнішими. У зв'язку з тим, що відбувається зміна поведінки споживачів стає все складніше і складніше звернути їх увагу на рекламу, покупцям здається вона нав'язливою, через це вони можуть меншою мірою довіритися виробнику.

5. Створення міцних міжнародних об'єднань організацій, фінансово-промислових компаній, і навіть груп, мають стратегічний вплив. За рахунок цього, відбуватиметься збільшення впливу даних об'єднань на формування інноваційної та інвестиційної політики [3].

Аналізуючи термін «комунікація» і ті фактори, які показують її важливість і розвиток можна виділити три аспекти, в яких цей термін використовується:

1. Процес передачі. Цей процес походить від однієї особи до іншому, від джерела інформації для його приймача, тобто у сенсі – це процес передачі/прийому у мережі відносин та його взаємодія.

2. Сукупність зв'язків та відносин. Вони є структурною основою даного процесу. У разі комунікація – це свого роду інструмент взаємодії.

3. Системна освіта. Завдання цього аспекту полягає в тому, щоб забезпечити взаємодія суб'єктів як у внутрішньосистемному, і на міжсистемному рівні.

Інформаційні джерела

1. Войнаренко С. М. Ключові фактори успіху в комунікаційній політиці підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький, 2017. № 6, Т. 1. С. 231-233.

2. Кириченко С. О., Цвях П. В. Проблеми формування комунікацій на підприємстві. Агросвіт. 2020. № 12. С. 79–86. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_-2018/8.pdf.

3. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Боровик Т. В., Чухліб О. С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2021. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9528>.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Стаднік А.І., здоб. ОС «магістр»,

Уваров П.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **В.І. Чобіток**
Українська інженерно-педагогічна академія

В сучасних умовах господарювання відбувається докорінна реконструкція існуючого механізму управління економічними системами і заміна методів ринкової економіки. Сучасна теорія і практика менеджменту набуває особливого значення для вітчизняних підприємств. Перехід сучасної економіки до нових ринкових відносин об'єктивно зумовлює необхідність зміни форм і методів господарювання на рівні основної господарської одиниці – підприємства.

Практичні дії щодо реалізації економічних реформ, структурної перебудови економіки та адаптації до національного та світового ринків вимагають пріоритетного розвитку вітчизняних підприємств.

Промислові підприємства є найважливішим елементом формування ринкової економічної системи, єдиного економічного простору. Їх роль зростає в міру того, як розвивається процес інтеграції країни в загальноєвропейські і світові економічні структури, зростає значення інтеграції в загальноєвропейську економічну систему. Як наслідок, від ефективного функціонування вітчизняних промислових підприємств значною мірою залежить динамічний розвиток усього промислового комплексу країни.

Ринкові умови розвитку національних і міжнародних економічних відносин вимагають якісного обслуговування населення, що разом з іншими факторами забезпечує вирішення проблем соціально-економічної спрямованості вітчизняної економіки в умовах цифровізації.

Розвиток ринку, зростаюча залежність промислових підприємств від коливань ринкової ситуації, незавершеність процесу розробки методів управління, адекватних економічній системі, вимагають продукувати власні шляхи реагування на актуальні виклики для зміни та забезпечення безперебійної роботи.

Нині вітчизняні промислові підприємства у складному фінансово-економічному стані, це пов'язано з негативним впливом

COVID - 19 та активними військовими подіями, які відбуваються на території України.

У зв'язку з активним розвитком приватного підприємництва в національному комплексі відбуваються певні зміни у виробничій та інноваційній діяльності великих промислових підприємств. Водночас їм доводиться функціонувати в умовах нестабільної економічної та політичної ситуації в країні.

Для ефективного розвитку промислових підприємств в умовах соціально-економічної трансформації необхідно розробляти та впроваджувати методи управління, які відповідають вимогам сучасної ситуації і реального фінансово-економічного стану суб'єктів господарювання. Мова йде про використання управлінських технологій, які допомагають пом'якшити кризові явища та вирішити проблему фінансового «оздоровлення» підприємств. Іншими словами, необхідно застосовувати певний механізм управління, включаючи заходи зниження впливу ризиків, розробку та впровадження стратегії управління ними в умовах цифровізації.

Ринкова реформа, сучасний стан вітчизняної економіки і впровадження в практику господарського життя процедури підтримки підприємництва зробили актуальною проблему ефективної організації управління своїм бізнесом, перетворивши його в найважливіший важіль підприємницької діяльності, вибір методів антикризового управління в умовах цифровізації.

У нестабільній економіці важливу роль відіграють фінансові відносини. Це особливий вид економічних відносин, який створюється в процесі одержання фінансових ресурсів від суб'єктів господарювання та держави та використання їх для цілей розширеного відтворення та задоволення соціально-економічних потреб суспільства. Ефективне фінансове управління має вирішальне значення для економічного розвитку підприємств і, отже, національної економіки [1,2].

Промислові підприємства функціонують у несприятливих економічних умовах, які перешкоджають їх ефективному функціонуванню, що зумовлює необхідність розробки особливого підходу до системи ефективного управління в умовах цифровізації.

Як підсистема в загальній системі управління промисловими підприємствами управління ризиками відіграє важливу роль. Це особлива сфера управлінської діяльності, оскільки передбачає накопичення фінансово-економічних, соціальних, психологічних і політичних аспектів. Організація системи управління ризиками є необхідною умовою для того, щоб керівництво промислового підприємства могло ефективно реагувати на зміни, що відбуваються в

зовнішньому середовищі, швидко приймати ефективні управлінські рішення і обмежувати ризик в допустимих межах. Управління ризиками базується на цілеспрямованому пошуку та організації роботи з метою зниження рівня ризику та мінімізації розміру можливого фінансового збитку в умовах невизначеної економічної або політичної ситуації в умовах цифровізації.

Аналіз ризиків є істотним елементом управління ризиком у діяльності промислового підприємства. У процесі аналізу фіксуються фінансові втрати в діяльності промислового підприємства та визначаються причини цих втрат.

Використання різних методів аналізу та оцінки ризиків дозволяє вибрати оптимальну стратегію управління промисловими підприємствами в умовах цифровізації. Ця стратегія забезпечує ефективність розвитку промислових підприємств з урахуванням впливів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Оскільки усунути й ризик практично неможливо, управління ризиками передбачає планування заходів, спрямованих на мінімізацію негативних наслідків ризикових ситуацій. Керівництво підприємства може значно знизити рівень економічного ризику, реально оцінивши основні фактори, під впливом яких змінюється величина ризику.

Управління ризиками передбачає розробку сценаріїв розвитку несприятливої ситуації на ринку, на основі яких приймаються рішення щодо дій, спрямованих на зниження рівня ризику та зменшення розміру можливого збитку в умовах цифровізації.

Розробка та впровадження програм альтернативного розподілу ризиків стає важливим завданням при плануванні діяльності сучасного промислового підприємства. Управління ризиками, як свідчить зарубіжний і вітчизняний досвід, стабілізує позиції промислового підприємства на ринку, підвищує його потенціал і привабливість в умовах цифровізації.

Інформаційні джерела

1. Чобіток В. І. Вплив ризиків на процес інтелектуалізації управління холістичним розвитком промислових підприємств залізничного транспортного машинобудування. *Бізнес Інформ*. 2020. №5. С. 451–457.

2. Chobitok V., Shevchenko O., Lomonosova O., Kochetkov V., Vykhovchenko V. Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. *Cuestiones Políticas*. Vol. 2021. 39. No. 71. DOI: 10.46398/cuestpol.3971.35

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Стрільчук О.А., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – PhD, доцент кафедри економіки та
публічного управління **І.Г. Сновидович**
Львівський національний університет ім. Івана Франка

З кожним роком цифрові технології розширюють сферу свого застосування, виходячи за межі IT-сектору і поступово асимілюються та застосовуються в інших галузях. Управління людськими ресурсами, або HR, як його сьогодні прийнято називати, також впевнено освоює всі сучасні цифрові технології. Як наслідок, практично всі сучасні компанії не можуть обійтися без цифрових інструментів у даній сфері.

Варто наголосити, що на новому етапі розвитку ринку праці працівники з достатнім рівнем цифрових навичок є особливо цінними для компанії. Для забезпечення їх присутності в компанії вкрай важливо приділяти достатньо уваги кадровій політиці, яка в кінцевому підсумку стає першоджерелом та інструментом довгострокового, сталого функціонування та розвитку підприємства [1, с.104].

Проте, зауважимо, що попри досягнуті успіхи в автоматизації бізнес-процесів та введенні інновацій, люди зі своїми унікальними здібностями, знаннями і досвідом продовжують залишатися основними каталізаторами успіху в компаніях [2]. Основою кожної компанії, організації чи підприємства є її колектив, який у цей непростий час також потребує особливих, інноваційних методів взаємодії та співпраці. Робота і зайнятість HR-менеджера потребує від них ще більшого залучення та впровадження інноваційних методів роботи із персоналом і командами [3, с. 56].

Тому традиційні системи управління персоналом перетворюються у системи управління талантами, акцентуючи увагу на стимулюванні творчості та інтелектуальному розвитку співробітників через постійне навчання і розвиток. Враховуючи такі перетворення, в контексті цифрової трансформації спостерігаються нові тенденції у сфері управління персоналом, а саме:

1. Автоматизація HR-процесів - охоплює використання технологій і програмного забезпечення для впорядкування та оптимізації різних кадрових процесів, від рекрутингу та адаптації до нарахування заробітної плати та управління ефективністю роботи. Ця автоматизація спрямована на підвищення ефективності та зменшення

ручної роботи, підвищення точності аналітичних даних і, зрештою, покращення загальних HR-функцій в організації.

2. HR-маркетинг - стратегічно застосовує маркетингові стратегії, щоб залучити, зацікавити та утримати висококваліфікованих фахівців. Це передбачає декларування компанії як найкращого роботодавця, оновлення брендингу роботодавця, цільова реклама, підтримка внутрішніх й зовнішніх комунікацій, та демонстрацію привабливої корпоративної культури. Метою є створення привабливого бренду роботодавця та сприятливої репутації на ринку праці, залучення талановитих спеціалістів та підтримка вмотивованої, зацікавленої робочої команди.

3. HR-аналітика - це систематичне застосування аналізу даних і метрик до HR-процесів і стратегій. HR-аналітика допомагає компаніям приймати рішення на основі даних для покращення практики управління персоналом, підвищення продуктивності працівників та узгодження кадрових стратегій із загальними цілями організації.

4. Smart-рекрутинг - це стратегічний підхід до найму працівників, який використовує сучасні технології, дані та аналітику для ефективного та точного відбору кандидатів. Smart-рекрутинг використовує штучний інтелект, аналітичні інструменти та інші інноваційні рішення для покращення всього процесу найму, враховуючи пошук, скринінг, співбесіди та прийняття рішень. Це підвищує ефективність пошуку компаніями найкращих кандидатів на відкриті вакансії, а також скорочує витрати та підвищує якість найму.

5. Електронне навчання - передбачає використання сучасних технологій та електронних ресурсів для навчання і розвитку персоналу у корпоративному середовищі. Загалом це можуть бути дистанційні курси, вебінари, онлайн-матеріали, цифрові тренінги, інтерактивні модулі, навчальні інтернет-платформи тощо. Метою електронного навчання в компаніях є підвищення кваліфікації працівників, покращення їхньої продуктивності та підтримка навчальних програм і навичок, необхідних для ефективної роботи в конкретній компанії. Воно також може включати оцінювання та відстеження прогресу працівників у навчанні.

Метою діджиталізації HR-сфери, за визначенням експертів, є поєднання всіх сфер управління людськими ресурсами з можливостями цифрових технологій. Ця тенденція, на нашу думку, може забезпечити прозорість, послідовність та вимірювання процесів управління людським капіталом, відповідно до того, як здійснюється управління іншими активами компанії. Цифровізація економіки суттєво змінює всі традиційні аспекти організаційного управління,

приділяючи особливу увагу управлінню персоналом. З кожним роком все більше компаній автоматизують HR-функції, що сприяє спрощенню та підвищенню загальної ефективності роботи HR-менеджерів та HR-відділу в цілому. Дослідження свідчать про помітний розрив між компаніями, які активно впроваджують зміни, впевнено використовують нові ресурси та технології для вдосконалення HR-процесів, і тими, хто дотримується більш обережного підходу. Пасивність багатьох компаній призводить до суттєвих втрат конкурентоспроможності. Вони не лише втрачають можливість інвестувати у свій людський капітал, але й ризикують втратити доступ до робочої сили з індивідуальними здібностями [4, с.112-114].

На нашу думку, сучасні підходи до управління персоналом в епоху цифрової трансформації характеризуються зміщенням акцентів у бік прийняття рішень на основі даних, автоматизації HR-процесів та інтеграції інноваційних технологій. Ця цифрова революція переосмислила та оновила роль HR-фахівців і змінила досвід співробітників. Завдяки впровадженню цифрових інструментів організації можуть ефективніше залучати, розвивати та утримувати таланти. Зрештою, епоха цифрової трансформації відкриває перед організаціями нові можливості вдосконалити свої HR-практики, привести їх у відповідність до бізнес-цілей і залишитися конкурентоспроможними в умовах мінливого ландшафту сучасної робочої сили.

Інформаційні джерела

1. Канцур І. Г., Кононова О. Є., Хмарська І. А. Управління персоналом в умовах цифрової економіки. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 103–108. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.2.103
2. Збрицька, Т., & Сорока, О. (2021). Управління персоналом в епоху цифрової економіки. Економіка та суспільство, (31). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-20>
3. Сновидович І. Г., Кохан М. О. Ринок праці та інновації в управлінні персоналом підприємства під час війни. Стратегія економічного розвитку України. Вип. 51. 2022. С. 50-62. URL: <http://sedu.kneu.edu.ua/article/view/274142>
4. Волянська-Савчук, Л. В., Кошонько, О. В., Горбатюк, О. В., Глушко, Т. В. (2023). Розвиток трендів використання Digital-технологій в управлінні персоналом. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. (68). С. 112-120. DOI: <https://doi.org/10.24025/2306-4420.68.2023.284582>

УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ ТА СТИЛЮ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Фетісова Д.О., здоб. ОС «Магістр»

Науковий керівник: д-р пед. наук, професор **В.М. Нагаєв**
Державний біотехнологічний університет

Головною метою формування системи публічного управління та адміністрування на сучасному етапі розвитку української суспільства є переоцінка матеріального чинника на користь соціально-психологічного механізму, що підтверджується останніми кроками нашої держави на шляху до європейських демократичних цінностей [1]. *Метою* дослідження є обґрунтування заходів з підвищення ефективності соціально-психологічних методів управління в системі публічного адміністрування на прикладі господарських відносин сучасного громадянського суспільства в Україні.

Соціально-психологічні методи дозволяють забезпечити ефективне використання головної виробничої сили суспільства – людини, її ділових і особистісних якостей. За складом і змістом соціально-психологічні методи являють єдність соціального і психологічного впливу. Соціальні методи мають такі форми: соціальне регулювання колективу; соціальне нормування праці; моральне стимулювання працівників. Психологічні методи включають: прийоми комплектування малих груп і колективів; гуманізація праці; психологічне спонування до праці [2].

Ефективність системи публічного адміністрування у значній мірі залежить від наявного соціально-психологічного середовища у громадянському суспільстві. У зв'язку з цим нами було проведено соціометричне дослідження на прикладі колективу Роганської селищної ради Харківського району Харківської області. Було складено соціометричну матрицю, за результатами якої розраховано коефіцієнти згуртованості, соціометричного статусу, комфортності та антипатій [3]. Результати досліджень свідчать про середній рівень згуртованості (коефіцієнт дорівнює 0,5). При цьому коефіцієнт симпатій склав: 0,58, антипатій : 0,1, байдужості: 0,33, комфортності: 0,5. Неформальним лідером колективу є перший заступник голови селищної ради, який своїми особистими та лідерськими якостями приваблює своїх колег.

Базуючись на наведених вище результатах, а також дослідженнях системи публічного адміністрування, пропонуємо таку

систему соціально-психологічних умов здійснення управління мотивованою професійною діяльністю працівників.

1. Активна співпраця керівника і підлеглого, яка дозволяє врахувати потреби індивіда у приналежності, самодостатності і, на цій основі приймати спільні управлінські рішення.

2. Організація творчого виробничого середовища. За таких умов, менеджер є організатором творчого виробничого середовища, коректором виробничої діяльності працівника.

3. Вивчення керівником психологічної структури особистості працівника і формування на цій основі його потреб до мотивованої професійної діяльності.

4. Залучення працівників до спільного управління та організації виробничого процесу, що є важливим напрямом формування управлінської свідомості підлеглих, саморозвитку та самовдосконалення особистості.

Наведені соціально-психологічні умови мають бути науково підкріплені постійним аналізом психологічної структури особистості працівника з боку менеджера. У цьому контексті підкреслюємо - для того, щоб керівник міг ефективно керувати діями підлеглих, йому необхідно постійно піклуватися про творчий мікроклімат у виробничих колективах і неформальних групах, вивчати потреби, мотиви діяльності і характер працівників, на цій основі впливати на виробництво через активізацію людського фактору.

Отже, проведений аналіз дозволив зробити висновок про те, що на основі формування нової психології господарської діяльності керівництву підприємства доцільно більшу увагу звернути на розвиток соціально-психологічного механізму. Сьогодні значно підвищується рівень освіченості працівника, його інформаційної забезпеченості і культури, розширення різноманітних інтересів і потреб. Це вимагає врахування багатьох факторів і формування нової концепції розвитку механізмів публічного адміністрування на основі соціально-психологічних методів.

Інформаційні джерела

1. Регіональна політика та місцеве самоврядування: підручник / Куц Ю. О., Мамонова В.В., Наконечний В.В., Ольшанський О.В. Х.: Вид-во: ХарРІНАДУ «Магістр», 2018. 208 с.

2. Нагаєв В.М. Публічне адміністрування: електронний навчальний посібник. Х.: ХНАУ. 2018. 278 с.

3. Таран О.М. Психологія управління: навчальний посібник. Х.: ХНАУ. 2012. 238 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ КОМПЛЕКСУ ПРОСУВАННЯ

Хоролець А.Г., здоб. ОС «Магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **І.О. Терещенко**
Полтавський державний аграрний університет

Прямий маркетинг – це спосіб просування продукту або послуги, при якому бренд безпосередньо спілкується з потенційним клієнтом. Це не залучає посередників або третіх осіб, це лише персоналізований діалог між бізнесом і клієнтом у форматі B2B або B2C. При правильно побудованій комунікації отримаємо не просто лояльного клієнта, а й захисника бренду [1-2].

Основна мета прямого маркетингу – викликати довіру клієнта. Кінцева мета полягає в тому, щоб спонукати споживача купувати продукцію на основі його індивідуальних потреб. Існує значна кількість видів прямого маркетингу, але найпоширенішими є шість видів [1-3].

1. Прямий продаж – це один з найстаріших і найефективніших видів прямого маркетингу. Винятком є прямий масовий маркетинг, при якому представники компанії взаємодіють з випадковими споживачами.

2. Пряма поштова розсилка включає комерційні пропозиції, персоналізовані електронні листи та будь-яку корисну інформацію. Усе це надсилається безпосередньо існуючим або потенційним клієнтам електронною поштою. Для тих, хто вже зробив у вас покупку, пряма поштова розсилка дозволяє зберігати існуючих клієнтів.

3. Телемаркетинг – телефонний маркетинг, ефективний для збору інформації про потенційних клієнтів. Отримані дані можуть бути використані для розробки ефективної рекламної кампанії з високою персоналізацією.

4. Текстові повідомлення – це найефективніший спосіб коротко повідомити потенційного клієнта про свою пропозицію. Повідомлення опрацьовуються відносно швидко (від години до півгодини), і клієнти часто вибирають для цього зручний час.

5. Друковані матеріали (включає письмові матеріали та зразки) використовуються для інформування клієнтів про переваги продукції за допомогою каталогів, купонів і флаєрів, часто використовується у мережевому маркетингу.

6. Інтернет реклама – просування товару через соціальні мережі, месенджери, тематичні форуми, сайти.

Актуальність видів прямого маркетингу залежить від тенденцій реклами в цілому. Ера смартфонів та Інтернету різко знизила попит на телемаркетинг і друкований маркетинг. Онлайн-спілкування зайняло своє місце: чат-боти та електронні розсилки на піку популярності [3-4]. Зростання популярності прямого маркетингу пов'язано з [4-5]:

1) розвитком комп'ютерних технологій (досягнення допомогли маркетологам чітко аналізувати результати, а також орієнтуватися на потенційних клієнтів на основі складніших атрибутів: точні та вдосконалені бази даних існуючих і потенційних клієнтів; способів креативного оформлення пакетів прямої поштової розсилки);

2) зростанням популярності мобільного телефону (зростання кількості клієнтів, які розміщують замовлення по телефону, доповнюються швидким виконанням замовлень. Крім того, було усунуто затримки, спричинені традиційними замовленнями поштою);

3) зростанням популярності кредитних карток (після появи кредитних карток у 1950-х роках відбувся великий прогрес у продажах поштою. Це покращило та прискорило транзакції, які раніше здійснювалися лише готівкою. Доступність кредитної лінії в усьому світі, а також переваги електронного переказу коштів зробили прямий маркетинг більш здійсненним, життєздатним, безпечним і зручним);



Рис.1. Переваги прямого маркетингу

4) змінами в способі життя споживача (оскільки подорожі стають дорожчими, а зв'язок – доступнішим, відбулося значне зростання використання телефонів, Інтернету та електронної

пошти. Надсилання каталогів поштою, надання безкоштовних номерів і розробка веб-сайтів роблять покупки зручнішими з дому).

5) негативними аспектами роздрібно́ї торгівлі (деякі клієнти люблять робити покупки в роздрібних магазинах. Однак звичайні роздрібні покупки мають кілька негативних рис, які сприяли розвитку прямого маркетингу. До них належать віддалені місця, обмежений простір для паркування, довгі черги при виїзді, міркування безпеки, недостатнє знання канцелярського відділу, проблеми з пошуком продавців, перевантажені магазини, проблеми з пошуком найкращого товару і його транспортування з магазинів).

Найпопулярніші канали прямого маркетингу у 2023 році [4-5]:

– інформаційні бюлетені електронною поштою (доступний спосіб спілкування з вимірюваною ефективністю);

– мобільний маркетинг (багатофункціональний інструмент, який включає SMS-повідомлення, рекламні банери в програмах або іграх і автоматичні дзвінки);

– Push-повідомлення (короткі спливаючі повідомлення з оновленнями, новинами та рекламними акціями, які з'являються у веб-переглядачі чи програмі);

– месенджер маркетинг або чат-боти (допомагають охопити більше клієнтів і мають велику перевагу перед іншими інструментами прямого маркетингу).

Таким чином, прямий маркетинг ефективний для більшості підприємств, якщо вони не надто малі або не покладаються на короткострокові стратегії. Для створення багатоканального зв'язку із клієнтами і підвищення ефективності прямого маркетингу потрібно використовувати усі його інструменти в комплексі.

Соціальні та технологічні аспекти наукового прогресу не лише сприяють зростанню популярності прямого маркетингу, але й значною мірою вплинули на те, як він працює в сучасному світі.

Інформаційні джерела

1. Ілляшенко С. М. Іванова Т. Є. Інструменти та методи просування продукції в internet: аналітичний огляд. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015, № 3. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_3_20_32.pdf.

2. Пугачевська К.Й., Лизанець А.Г., Полянська В.Е. Особливості просування товарів на міжнародні ринки. Економіка та управління підприємствами. Випуск 1 (24) 2020. С 132-137. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/24_2020/21.pdf

3. Houston C. 2016 Promotional Product Trends to Inspire Your Marketing. URL: <https://www.godelta.com/blog/2016promotional-product-trends> (дата звернення: 07.10.2023).

4. Direct Marketing. URL: <https://mailchimp.com/marketing-glossary/direct-marketing/>(дата звернення: 07.10.2023).

5. Olga Belik. What is Direct Marketing? And How Can You Use It for Your Business? URL: <https://netpeak.net/blog/what-is-direct-marketing-and-how-can-you-use-it-for-your-business/> (дата звернення: 07.10.2023).

ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Шмиглюк Є.Г., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.О. Кавун-Мошковська**
Державний торговельно-економічний університет

Наслідки українсько-російської війни відчуються в усіх сферах, включно з роздрібною торгівлею. Війна впливає на імпорт та експорт товарів через перешкоди в транспортних маршрутах, збільшення тарифів, а також загрозу для безпеки та інші обмеження. Вона може спричинити руйнування інфраструктури, включаючи торговельні об'єкти.

Воєнні дії призводять до економічної нестабільності, що має негативний вплив на рівень зайнятості та доходи населення. Це зменшує рівень купівельної спроможності споживачів. Наслідки війни є дуже руйнівними, але українські ритейлери змогли адаптуватися до цих умов і стати ще сильнішими компаніями.

Розглянемо певні тенденції, які з'явилися на ринку роздрібною торгівлі і залишаються у повоєнний період [1]:

- E-commerce продовжує зростати за всіма регіонами та секторами.

- Цифровізація – як в сфері покращення ланцюгів постачань та аналізу поведінки споживачів, так і поширення у роздрібній торгівлі.

- Застосування моделі омніканальності.

- Підвищення ефективності ланцюжка поставок.

Саме ці тренди допоможуть у відновленні та розвитку ритейлу у повоєнний час.

Електронна комерція продовжує набирати обертів. Якщо у 2021 році обсяг роздрібних продажів електронної комерції у всьому світі становив приблизно 5,2 трильйона доларів США, то згідно

з прогнозами, в найближчому майбутньому ця цифра зросте на 56% і до 2026 року сягне приблизно 8,1 трильйона доларів [2].

E-commerce може бути важливим важелем підтримки економічного відновлення та розвитку в післявоєнний період, оскільки вона може стати ефективним напрямом залучення інвестицій через можливість отримання доступу до нових ринків, впровадження цифрових технологій, підвищення рівня інновацій у сфері роздрібно́ї торгівлі.

Для споживачів електронна комерція надає можливість здійснювати покупки в будь-який час, не виходячи з дому. Це зручно та безпечно, особливо в умовах післявоєнного відновлення, коли можуть бути обмеження щодо відвідування традиційних торговельних об'єктів або проблеми з інфраструктурою.

Цифрові інновації, такі як онлайн-магазини, платформи електронної комерції, а також системи управління товаропотоками, забезпечують гнучкість та підвищують ефективність бізнес-процесів. Це особливо важливо в умовах відновлення.

Наступним важливим трендом є зростання омніканальності. Йому сприяє його комфортний для покупця механізм: подивився в інтернеті, вибрав, забронював або заплатив, забрав з магазину з можливістю доторкнутися руками, приміряти/подивитися і прийняти остаточне рішення [3].

Омніканальний підхід дозволяє споживачам обирати той спосіб покупки, який їм найбільше підходить, забезпечуючи можливість онлайн-покупок та взаємодії з продавцями.

Модель омніканальності дозволяє бізнес-структурам працювати через різні канали взаємодії з клієнтами, такі як фізичні магазини, онлайн-платформи, мобільні додатки тощо. Це створює гнучкість та адаптивність, особливо в умовах, коли деякі канали можуть мати обмеження доступу.

За три місяці активних бойових дій ритейлерам, виробникам та власне перевізникам довелося повністю перебудувувати свою роботу, бо вже з кінця лютого 2022 р. морські шляхи виявилися заблокованими, а швидке просування окупантів, в тому числі до столиці, унеможливило доступ до багатьох місць зберігання товарів та втрати частини складів з товаром [4].

Тому, важливим етапом відновлення та розвитку ритейлу є відновлення логістичної інфраструктури та підвищення ефективності управління ланцюгами постачання.

Підвищити ефективність можна шляхом впровадження цифрових технологій: система управління запасами, програма

прогнозування попиту та автоматизовані платформи для обробки замовлень. Це допомагає уникнути помилок, оптимізувати запаси та підтримувати ефективну логістику.

Ефективне управління транспортом та вибір правильних транспортних рішень можуть зменшити час доставки та витрати. Тут також можна застосовувати цифрові рішення, наприклад TMS (систему управління транспортуванням).

Важливим етапом є розвиток промислових парків і логістичних комплексів у великих містах. В перспективі може бути будівництво певних комплексів інфраструктури, які включають в себе: пакування, зберігання, сортування та відвантаження продукції.

Відновлення та розвиток транспортної інфраструктури (дороги, залізниці, порти, аеропорти) є критично важливим для поліпшення логістичних можливостей. Інвестиції в модернізацію та розширення існуючих систем транспорту сприятимуть швидшій та ефективній доставці товарів.

Також розвинена логістика дозволяє ритейлерам впроваджувати омніканальні стратегії, де фізичні магазини, онлайн-платформи та інші канали інтегруються в єдину екосистему.

Таким чином, для відновлення та розвитку ритейлу у повоєнний період потрібно розвивати електронну комерцію, яка дозволить ритейлерам створити гнучкі та легкодоступні платформи для продажу товарів та послуг.

Звичайно важливою є і цифровізація бізнесу, яка є ключовим аспектом відновлення та розвитку ритейлу у повоєнний період, оскільки цифрові рішення дозволяють впроваджувати омніканальний підхід, об'єднуючи офлайн та онлайн, автоматизувати бізнес-процеси, аналізувати великі масиви даних, оптимізують управління ланцюгами постачання і як результат, підвищують ефективність діяльності підприємств.

Інформаційні джерела

1. Дослідження про основні тренди ритейлу.
URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/doslidzhennya-pro-osnovni-trendy-rytejlu-2023-yes-ta-svitu/>

2. Тренди ритейлу 2023. URL: <https://www.c4r.eu/ukr/blog/trendy-riteyla/trendy-riteyla-2023/>

3. Онлайн або офлайн? Український ритейл в пошуку балансу.
URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/riteyl-v-poiske-balansa-50059081.html>

4. Довезти й повернутися: як логістичні оператори співпрацюють з ритейлом під час війни. URL: <https://rau.ua/dosvid/logistichni-operatori-pid-chas-vijni/>

РОЗВИТОК РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ СЕРВІСІВ В УКРАЇНІ

Шуклінов В. М., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.В. Жегус**
Державний біотехнологічний університет

Слід констатувати, що роль маркетингу з кожним роком неупинно зростає. Пандемія коронавірусу COVID-2019 значно активізувала процеси використання маркетингу для забезпечення відновлення бізнесів після їх зупинки унаслідок карантинних обмежень. У цих надзвичайних умовах, маркетинг виявився незамінним інструментом для бізнесів, щоб адаптувати свою діяльність до нових умов, запитів та потреб споживачів і забезпечити тим самим стабільність у невизначеному середовищі. Багато компаній швидко переключилися на онлайн-продажі та доставку, щоб забезпечити безпеку клієнтів та продовжити отримувати прибуток. Діджиталізація та використання онлайн-платформ стали важливими стратегіями для великої кількості підприємств. Найбільше зросло використання інтернет-реклами, маркетингу в соціальних мережах, месенджерах (SMM).

Підприємства залежно від своєї можливостей та цілей використовували різні види організації маркетингу:

- власний маркетолог, який розробляє та реалізує стратегію, виконує усі маркетингові функції та завдання;
- власний маркетолог, який розробляє та забезпечує реалізацію стратегії, виконує більшість маркетингових функцій та завдань, але частину їх виконують маркетингові агентства або фрілансери;
- власна служба маркетингу, фахівці якої виконують усі маркетингові функції та завдання;
- власна служба маркетингу, фахівці якої виконують більшість маркетингових функцій та завдань, але частину їх виконують маркетингові агентства або фрілансери;
- усі маркетингові функції та завдання виконують маркетингові агентства або фрілансери.

У зв'язку з тим, що більша частка фізичних осіб підприємців, а також певна частина підприємств делегують виконання маркетингових функцій та завдань посередникам стрімкими темпами розвивається ринок маркетингових послуг (сервісів). За даними Міжнародної Асоціації Маркетингових Ініціатив (МАМІ) до початку пандемії коронавірусу COVID-2019 обсяг ринку маркетингових сервісів зростав

і у 2019 р. сягнув 7034 млн. грн. [1]. У 2020 р. через те, що 2-3 місяці бізнес був абсолютно зупиненим і потреби в маркетингових послугах майже не було в річному вираженні обсяг ринку маркетингових сервісів скоротився майже на 25%, але у 2021 році показав відновлення майже до 6000 грн. Проте військова агресія на початку 2022 р. надзвичайно негативно відобразилася на економічному секторі, унаслідок чого ринок маркетингових сервісів впав більше як на 60%.

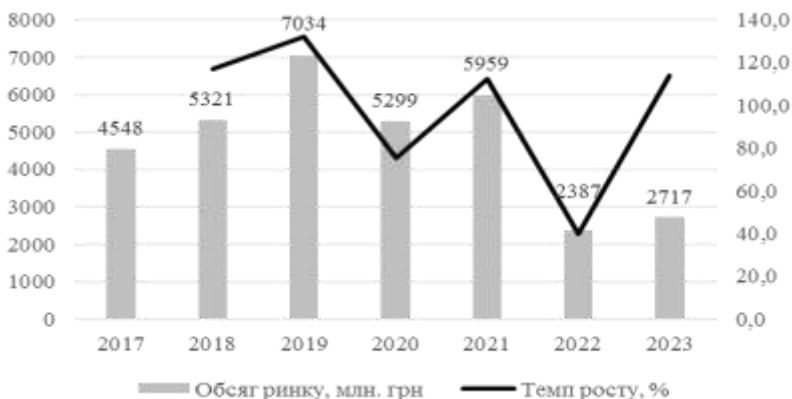


Рис. 1. Динаміка обсягу ринку маркетингових сервісів

Отже у 2022 р. обсяги рекламного ринку, в тому числі і маркетингових послуг вагомо знизилися. Загалом галузь маркетингових сервісів скоротилася на 60%. Найбільших втрат зазнали Event Marketing and Sponsorship consumer marketing за зрозумілих причин. Trade marketing та Loyalty Marketing втратили половину активності [1]. Хоча у 2023 р. спостерігається відновлення, зростання порівняно з 2022 роком склало лише 14%, тобто ринок досить повільно відновлюється. Проте у найближчому майбутньому очікується подальше зростання обсягів надання маркетингових послуг і ринок буде поживавлюватися. Прогнозується, що прискореними темпами будуть зростати маркетингові сервіси діджитал формату.

Інформаційні джерела

1. Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів. Висновки 2022. Прогноз на 2023. URL. <https://mami.org.ua/uk/news/mami-news/Ocinka-obsjagu-rinku-marketingovih-servisiv-Visnovki-222-Prognoz-na-223>

МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ

Яблонська А.Р., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.А. Літинська**
Хмельницький національний університет

Не дивлячись на те, що зовнішнє середовище, в якому функціонує фірма, постійно змінюється, роль і значення маркетингової аналітики зростає. Отримувана в процесі проведення цього аналізу інформація, яка торкається споживачів, положення даної фірми на ринку, рівня її конкурентоспроможності, є неocenимою у виробленні рішень, спрямованих на покращення діяльності фірми, в тому числі і маркетингової. Проведення маркетингової аналітики є необхідним, незалежно від того, чи підприємство досягло запланованого прибутку чи ні. Позитивні результати в маркетинговій діяльності є наслідком тих рішень, які були прийняті фірмою у минулому (звітному) періоді. В майбутньому ситуація може змінюватися, що обумовлює прийняття інших нових маркетингових рішень.

Маркетингова аналітика є вихідним елементом системи управління маркетингом, спрямованої на досягнення оптимального балансу між цілями організації і задоволенням потреб споживачів її продукції. Використовують її на різних етапах маркетингової діяльності, починаючи зі складання маркетингових планів, оцінювання їх реалізації та контролю за передбаченим планом процесами.

Теоретики і практики по-різному тлумачать суть маркетингової аналітики. Вона є досить дискусійною з огляду на подібність за багатьма ознаками з іншими пізнавальними процесами, зокрема з маркетинговими дослідженнями (збором, обробленням маркетингової інформації). Зміст маркетингового аналізу впливає із завдань економічного аналізу (з'ясування економічних закономірностей на основі пізнання конкретних фактів економічної діяльності) у сфері маркетингу.

Предметом маркетингової аналітики в цьому сенсі розуміють маркетингову діяльність підприємства, в цілому, як оперативну, так і стратегічну, тобто ті процеси і явища, які розглядаються на якийсь момент часу, а також у своєму постійному розвитку [1].

Завдання маркетингової аналітики визначаються його змістом та предметом. Як правило, вони націлені на те, щоб об'єктивно оцінити стан комплексу маркетингу підприємства за попередній період та встановити відхилення по різним показникам, які визначають і процеси маркетингової діяльності, і її результативність.

До завдань також відносять кількісні визначення можливих резервів; підвищення ефективності маркетингу на наступний період; розробку конкретних заходів по реалізації виявлення можливостей покращення маркетингової діяльності; організаційне забезпечення маркетингових структур необхідною інформацією для корегування маркетингової стратегії та кількісної оцінки маркетингових ризиків [1].

Кожне окреме взяте підприємство в маркетинговій діяльності позначає для себе і в подальшому орієнтується на власні цілі та відповідні завдання маркетингової аналітики, які сутнісно визначаються кількісними й якісними показниками.

До кількісних показників відносять: обсяги продажів, показники витрат, частку ринку, обсяг інвестицій тощо. Якісні показники визначають міру інноваційності втілення новітніх технологій, політику ціноутворення та організацію товароруху, розвиток дилерської мережі тощо. Інколи, щоб структурувати та більш повно розуміти цілі підприємства будується «дерево цілей», яке виглядає як взаємопов'язаний комплекс визначальної мети маркетингового аналізу та цілей другого, третього і наступних порядків.

В теорії маркетингової аналітики виокремлюються так звані суб'єкти: системні аналітики, маркетологи, економісти, управлінці. Безумовно, визначальними серед них виступають маркетингові аналітики, чиє призначення – здійснення системного маркетингового аналізу і моніторингу ринкових ситуацій підприємства, тобто постановка цілей і завдань маркетингового аналізу, визначення об'єктів, збір, обробка, аналіз первинної та вторинної інформації, узагальнення даних сучасними методами і технологіями, оформлення результатів аналізу, розробка рекомендацій, які сприяють прийняттю оптимальних рішень, контроль за реалізацією пропозицій та рекомендацій [2].

Маркетингова аналітика – це один із напрямів аналітичної роботи підприємства, який передбачає комплексну оцінку його маркетингової діяльності за минулий період з метою вироблення ефективної маркетингової політики на майбутнє. За формою проведення маркетингова аналітика не відрізняється від інших видів аналізу (аналізу виробничої діяльності підприємства, фінансового аналізу і т.д.). Маркетинговий аналіз повинен проводитись за будь-яких ситуацій, в яких знаходиться фірма, зокрема, при зміні оточуючого середовища, досягненні позитивних кінцевих результатів, наявності упущень тощо [2]:

Завдання маркетингової аналітики визначаються його змістом та предметом. Вони зводяться до наступного [3]:

- об'єктивно оцінити стан маркетингової діяльності підприємства за минулий (звітний період);

- встановити величину відхилень фактичного рівня показників, що характеризують як процеси маркетингової діяльності, так і її результативність, від наміченого їх планового значення;

- кількісно визначити можливі резерви підвищення ефективності маркетингової діяльності на наступний плановий період;

- розробити конкретні заходи, які забезпечують реалізацію виявлених у процесі аналізу можливостей покращення маркетингової діяльності;

- забезпечення організаційних маркетингових структур необхідною інформацією, яка буде використана для вироблення ефективних маркетингових рішень та розробки і коректування маркетингової стратегії;

- кількісно оцінити рівень маркетингових ризиків та виробити пропозиції щодо зменшення його величини або, навіть, і до повного усунення.

Однією з важливих складових частин маркетингової аналітики є зовнішнє середовище, в якому здійснюється маркетингова діяльність фірми. Воно, в свою чергу, включає макро- і мікросередовище. До питань маркетингового аналізу макросередовища відносяться оцінка демографічних, економічних, соціальних, науково-технічних, політичних, правових і природних умов та культурного середовища.

Таким чином, маркетингова аналітика – це важливий етап у створенні нового або диверсифікації старого бізнесу, розробці нового продукту. Без проведення дослідження ринку, аналізу результатів і коригування стратегічних і тактичних завдань і планів бізнесу ефективність і рентабельність інвестицій в розвиток значно знижується.

Інформаційні джерела

1. Абрамович І. А., Воловик Д. В. Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією. Агросвіт, 2020. № 10. С. 52–56.

2. Бойко О., Герасимяк Н. Місце та роль маркетингового аналізу в процесі прийняття управлінських рішень. Економічний аналіз. 2012. Т. 11(2). С. 57–60.

3. Єпіфанова І. М. Маркетинговий аудит : сутність та механізм реалізації. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Том 4. № 4. С. 70–81.

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Ярова А.О., здоб. ОС «бакалавр»

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

Маркетингові аспекти управління підприємством відіграють важливу роль у забезпеченні успіху та конкурентоспроможності на ринку. Це сфера управління, яка дбає про розуміння та повагу довіри та очікувань клієнтів, а також про створення та просування товарів і послуг підприємства.

Маркетинг схожий на фею-хрещену матір бізнесу: вся справа в тому, щоб усе відбувалося. Маркетингові аспекти управління охоплюють стратегічне планування і впровадження методів, які гарантують, що продукти або послуги компанії досягають потрібної аудиторії, у потрібний час і правильним способом.

Управління маркетингом - це пошук ідеального балансу між творчістю і стратегією. Він охоплює аналіз ринкових тенденцій, дослідження конкурентів і розробку інноваційних підходів до залучення та утримання клієнтів. Ключові принципи управління маркетингом включають орієнтацію на клієнта, ухвалення рішень на основі даних, постійну адаптацію до змін ринку і мистецтво розповідання історій, які допоможуть вашому бренду виділитися на багатолюдному ринку.

Перш ніж з головою зануритися в маркетингові кампанії, важливо зрозуміти ринок, на який ви виходите. Дослідження ринку охоплює збір та аналіз даних, щоб отримати уявлення про вашу цільову аудиторію, її вподобання та загальну динаміку ринку. Такі методи, як опитування, фокус-групи, інтерв'ю та аналіз даних, можуть допомогти розкрити цінну інформацію про купівельні звички ваших клієнтів, стратегії конкурентів і нові тенденції.

У маркетингу не всі підходять під одну гребінку. Сегментація ринку дає змогу вам розділити аудиторію на окремі групи на основі таких характеристик, як демографія, психографіка та поведінка. Розуміючи різні сегменти, ви можете адаптувати свої маркетингові зусилля, щоб охопити потрібних людей з правильним повідомленням. Визначення цільової аудиторії допомагає зосередити ваші ресурси і гарантує, що ваші маркетингові зусилля знайдуть відгук у тих, хто з найбільшою ймовірністю стане клієнтами.

У ділових джунглях дуже жорстка конкуренція, але не хвилюйтеся, у вас теж є кігті. Аналіз сильних і слабких сторін ваших конкурентів дасть вам змогу знайти свої унікальні переваги і виділитися з натовпу. Визначивши, що робить ваш бізнес особливим, ви зможете розробити стратегії і тактики, які максимально використовують ваші конкурентні переваги. Уся справа в тому, щоб знайти свою перевагу і використати її, щоб затьмарити конкурентів.

У світі маркетингу стратегія - це ваша секретна зброя. Це загальний план, у якому описуються ваші цілі та кроки, необхідні для їх досягнення. Встановивши чіткі цілі та визначивши завдання, які сприяють досягненню цих цілей, ви можете узгодити свої маркетингові зусилля із загальними бізнес-цілями. Чи то підвищення впізнаваності бренду, розширення частки ринку або запуск нового продукту, чи то надійна маркетингова стратегія визначає шлях до успіху.

Маркетинг без комунікації подібний до пісні без слів: він просто не має сенсу. Ефективна комунікація відіграє життєво важливу роль у маркетингу, передаючи послання вашого бренду, вибудовуючи стосунки з клієнтами і переконуючи їх вжити заходів. Будь то реклама, зв'язки з громадськістю, соціальні мережі або контент-маркетинг, комунікація - це міст, який з'єднує ваш бізнес з вашою цільовою аудиторією.

Аналіз даних та вимірювання результатів є надзвичайно важливими для цифрового маркетингу. Вони допомагають підприємствам зрозуміти ефективність своїх кампаній та вносити корективи в стратегію. Це дозволяє компаніям зосередитися на тих аспектах, які працюють найкраще, і вдосконалювати їх, а також уникати тих, які не дають бажаних результатів. Аналіз даних також допомагає підприємствам зрозуміти своїх клієнтів і їх потреби, що дозволяє створювати більш ефективну стратегію маркетингу. Вимірювання результатів дозволяють побачити, наскільки успішною була кампанія, і зробити необхідні корективи. Це допомагає підприємствам зберегти час і гроші, а також зберегти репутацію компанії.

Вони допомагають зрозуміти своїх клієнтів, визначити цільову аудиторію, створювати продукти і послуги, а також ефективно комунікувати і просувати підприємство на ринку.

Серед методів просування можна виділити рекламу, PR-активності, продажі та суспільні відносини. Важливо створити впізнаваний і привабливий бренд, який викликати позитивні емоції у споживачів. Комунікація охоплює не тільки спілкування з клієнтами,

а й співпрацю з партнерами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами.

Сьогодні існує безліч каналів комунікації, включно з соціальними мережами, електронною поштою, мобільними додатками та традиційними ЗМІ. Важливо вибрати ті канали, які найбільш ефективні для вашої цільової аудиторії та триматися на пульсі останніх тенденцій у світі маркетингу.

Маркетингові аспекти управління підприємством є частиною успішної бізнес-стратегії. Ринкова аналітика, маркетингова стратегія, управління комунікаціями та інші аспекти допомагають підприємству визначити свою позицію на ринку і домогтися конкурентних переваг. Використання маркетингових інструментів і постійна адаптація до потреб ринку допомагають підприємству залучити й утримати клієнтів, забезпечуючи їхній довгостроковий підхід.

В сучасному світі цифровий маркетинг є надзвичайно важливим, оскільки надає безмежні можливості для залучення клієнтів та відстеження ефективності кампаній. підходи до маркетингу: продуктової та концептуальної. Він вказує на важливість знаходження балансу між ними та на підборі підходу, який найкраще відповідає цільовій аудиторії та галузі. Ціноутворення розглядається як ключовий аспект маркетингу, який впливає на прибутковість підприємства. Важливо встановлювати ціни, які відображають вартість продукту, але також враховувати ринкові фактори та конкуренцію.

Маркетинг є невід'ємною частиною успішного управління підприємством, і його ефективне використання допомагає підприємству залучати та утримувати клієнтів. Що стимулює бажання бути відвертим та постійного вдосконалення маркетингових підходів для досягнення успіху на ринку.


Інформаційні джерела

1. Котлер Ф. Основи маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг ; пер. с англ. - М.: Вільямс, 2007. - 816 с.

2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. - М.: Вільямс, 2012. - 816 с.

3. Портер М. Конкуренція / Майкл Портер ; пер. с англ. - М.: Вільямс, 2005. - 608 с.

4. Ніценко В.С., Мазіна К.С., Цуканов О.Ю., Остапенко Р.М. Соціально-економічні імперативи розвитку України. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2017. № 4. С. 41–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2017_4_7.



Секція 5
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРОБЛЕМИ
МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ І ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ
ПРОЦЕСІВ

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Васильєва А.С., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**
Державний біотехнологічний університет

Глобалізація є явищем, що справляє вплив на різні країни, включно з Україною. В умовах дедалі більш інтегрованої та взаємозалежної світової економіки розуміння наслідків і переваг глобалізації для української економіки є ключем до успішного, сталого розвитку та розбудови. У даній статті буде проведено аналіз світової глобалізації в умовах нестабільності в Україні, розглянуто позитивні та негативні аспекти, а також запропоновано заходи для успішної адаптації до глобалізації.

Галіглобалізація - це процес, який пов'язує різні країни та економіку, роблячи світ більш дружнім та інтегрованим. Основні характеристики глобалізації включають вільний потік товарів, послуг, капіталу та інформації між різними типами, прискорений розвиток технологій і глибоку інтернаціоналізацію бізнесу.

Глобалізація відкрила двері на світовий ринок. Вільний потік товарів і послуг дає змогу українським підприємствам експортувати свою продукцію та конкурувати на глобальному рівні. Водночас іноземні компанії отримали можливість інвестувати в Україну, створити нові робочі місця та розширити свій потенціал.

Глобалізація також впливає на структуру української економіки. Україна стає більш відкритою для іноземного бізнесу та іноземних інвестицій. Це може призвести до змін у галузевій економіці, оскільки компанії адаптуються до глобальних тенденцій і потреб ринку.

Глобалізація надає українським компаніям більше можливостей для своєї експортної продукції та доступу до нових ринків. Це відкриває двері до нових клієнтів і збільшує потенційні доходи. Українські товари та послуги стають більш конкурентоспроможними на світовій арені.

Глобалізація також призводить до проблем іноземних інвестицій в українську економіку. Іноземні компанії демонструють

потенціал розвитку України та ухвалюють рішення про вкладення коштів. Це створює нові робочі місця та сприяє розвитку країни.

Таким чином, глобалізація має велике значення для світової економіки. Вона відкриває нові можливості для зростання, експорту та залучення інвестицій. Важливо розуміти, як використовувати ці можливості в нашому застосунку та використати можливі виклики, які супроводжують цей процес.

Глобалізація, звичайно, принесла свої вигоди, але вона також створила серйозні проблеми для вітчизняних виробників в Україні. З появою міжнародних корпорацій і глобальних ринків багато місцевих компаній почали конкурувати з гігантами, що володіють більш розвиненими технологіями і кращими ресурсами. Це може чинити тиск на вітчизняні підприємства і призвести до зниження їхньої конкурентоспроможності.

На жаль, глобалізація також призвела до нерівномірного розподілу вигод між різними регіонами України. У великих містах і регіонах із розвинутою інфраструктурою та доступом до світових ринків підприємці можуть використовувати глобалізацію для своїх вигод. Однак сільські регіони та віддалені області можуть перебувати в нерівномірному становищі, якщо немає ресурсів і можливостей для адаптації до глобальної економіки.

Для успішної адаптації до глобалізації Україна має забезпечити розвиток конкурентоспроможних галузей. Це може включати інвестиції в дослідження та розробки, технологічні інновації, а також створення умов для підтримки сталого бізнесу. Підтримка вітчизняних підприємств і стимулювання їхнього зростання дадуть їм змогу конкурувати на світовому рівні.

Глобалізація впливає на економіку України за різними аспектами. Вона сприяє зростанню міжнародної торгівлі та інвестицій, відкриваючи нові можливості для експорту та доступу до нових ринків. Однак, вона також може становити виклики для вітчизняних виробників і призводити до нерівномірного розподілу вигод.

Глобалізація має позитивні аспекти для української економіки. Вона сприяє збільшенню експорту, що відкриває нові ринки та підвищує конкурентоспроможність галузей. Також, глобалізація залучає іноземні інвестиції, що сприяє розвитку вітчизняної економіки та створенню нових робочих місць.

Для успішної адаптації до глобалізації важливо розробляти та підтримувати конкурентоспроможні галузі, інвестувати в освіту та підготовку кадрів. Також, необхідно розробляти стратегії, які поєднують відкритість для міжнародного співробітництва із захистом

національних інтересів. Співпраця з партнерами та розвиток ефективних політик і регулювання також можуть допомогти українській економіці адаптуватися до глобалізації.

Глобалізація вимагає висококваліфікованих кадрів, здатних адаптуватися до мінливих умов ринку. Таким чином, відмінна освіта і підготовка кадрів відіграють вирішальну роль в успішній адаптації до глобалізації. Україна повинна інвестувати в освіту, сферу підготовки фахівців і стимулювати розвиток навичок, необхідних для успішної роботи у світовій економіці.

Глобалізація має як позитивні, так і негативні наслідки для економіки України. Незважаючи на раптові виклики, заходи можуть бути життєвими для досягнення прогресу в глобальній економіці. Розвиток конкурентоспроможних галузей та інвестиції в освіту і підготовку кадрів - це ключові фактори, які допомагають Україні отримувати вигоди від глобалізації та забезпечують сталий економічний розвиток.

На закінчення, глобалізація має значний вплив на економіку України. У той час як вона відкриває нові можливості для експорту, доступу до нових ринків і припливу іноземних інвестицій, вона також представляє виклики для вітчизняних виробників і може призводити до нерівномірного розподілу вигод. Для успішної адаптації до глобалізації необхідно розвивати конкурентоспроможні галузі, інвестувати в освіту та підготовку кадрів. Необхідно знайти баланс між відкритістю для міжнародного співробітництва та захистом національних інтересів.

Інформаційні джерела

1. Плахотнік О.О., Павленко А.А. Економічна наука (2022) URL:http://www.economy.in.ua/pdf/5_2022/11.pdf
2. Ковальова Г.П., Данілюк В.О. Науковий вісник. Серія «Філософія» (2015) URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/229042214.pdf>
3. Федоренко В.Г., Воронкова Т. Є. Економіка України в глобалізаційному вимірі URL:http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2015/3.pdf
4. Полуяктова О.В. Глобалізація економіки України (2016) URL:http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_6/27.pdf
5. Куриляк В.С., Савельєв Є.В. Вплив глобалізації на економічний розвиток України (2012) URL: <http://surl.li/mdygm>
6. Kashchena N., Nesterenko I. Digitalization of environmental safety management as a tool for ensuring sustainable development. Integration vectors of sustainable development: economic, social and technological aspects: collective monograph. The University of Technology in Katowice Press, 2023. С. 109-122. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/27313>

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гойталюк Я.Ф., здоб. ОС «магістр»

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

Одним з найважливіших завдань соціально-економічного розвитку країни є досягнення високого рівня конкурентоспроможності промислових підприємств. Успішне функціонування вітчизняних промислових підприємств – необхідна умова забезпечення економічної безпеки, підвищення рівня життя населення країни, товарного забезпечення внутрішнього ринку та успішної інтеграції України у світове економічне співтовариство.

Конкуренція є невід'ємною частиною механізму функціонування ринкової економіки. Саме під час конкуренції відбувається «природний відбір» найефективніших суб'єктів ринкових відносин [1, с.85]. У сучасних умовах вітчизняний ринок характеризується високим динамізмом, гнучкістю та значною диверсифікацією. Це супроводжується посиленням конкурентної боротьби. Тому керівники промислових підприємств змушені постійно відслідковувати зміни ринкової ситуації та застосовувати на практиці відповідні умови.

Основною характеристикою суб'єкта господарювання з точки зору конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність. Зазначена категорія визначає життєздатність підприємства, результати своєї діяльності в умовах конкуренції. Виходячи з цього, в умовах ринкової економіки для будь-якого суб'єкта господарювання вкрай актуальною є проблема підвищення та підтримки його конкурентоспроможності, особливо за сучасних економічних умов, коли здійснюється значне посилення конкуренції, як з боку іноземних, так і вітчизняних суб'єктів господарювання. Така ситуація поставила на межу банкрутства безліч національних підприємств і цілих галузей національної економіки.

Очевидно, що визначення конкурентоспроможності підприємства має значення не тільки і не стільки для оцінки кількісного значення цього показника, скільки з метою аналізу конкурентоспроможності підприємства, виявлення переваг та недоліків його діяльності в ході конкурентної боротьби, закріплення перших та усунення останніх. В табл.1 представлено погляди

науковців на трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства».

Таблиця 1 – Погляди авторів на трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Конкурентоспроможність підприємства це
Акімова Л.М., Корж М.В., Чуб І.В. [2]	здатність в умовах, що склалися, проектувати, виготовляти та збувати товари за ціновими та неціновими характеристиками більш привабливими для споживачів, аніж товари їх конкурентів
Бугай В. З. [3]	це інтегральний показник, який формується через ефективне використання виробничого, науково-технічного, трудового, інформаційного, маркетингового і фінансового потенціалів підприємства, а також здатність оперативно та адекватно реагувати на зміни в поведінці споживачів на ринку, то для її оцінки доцільно враховувати як внутрішній потенціал підприємства, так і його ринкові можливості.
Василенко О.І. [4]	це стійка порівняльна конкурентна перевага щодо інших виробників продукції як усередині галузі, так і за її межами, за допомогою чого досягається здатність підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію в умовах розширеного відтворення
Салоїд С.В. Аріков В. Ю. [6]	це перевага підприємства по відношенню до інших підприємств тієї ж галузі як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках.
Фісуненко П.А. [7]	стан, в якому воно є спроможним до конкурентної боротьби, а наявність конкурентного потенціалу та сформованих на його основі конкурентних переваг відображає можливість та здатність це робити за їх рахунок та не допускати конкурентних прорахунків.

Так, Василенко О.І. [4, с.88] зазначає, що конкурентоспроможність як категорія: багатовимірна і неоднозначна; відносна (прив'язана до конкретного ринку); зменшується з часом, якщо її не удосконалювати; тісно пов'язана з якістю продукції та потребами ринку; конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність продукції співвідносяться як частина і ціле; є результатом реалізації конкурентних переваг; відображає можливість підприємства адаптуватися до мінливих умов зовнішнього і внутрішнього середовища; виступає однією із основних умов ефективного функціонування підприємства.

Практика свідчить, що основними напрямками пошуку резервів підвищення ефективності діяльності підприємства є: 1) ресурсний; 2) організаційний; 3) технологічний [5].

Конкуренція на підприємстві зумовлює такі позитивні зміни, як розширення масштабів виробництва; підвищення заробітної плати за рахунок зростання продуктивності праці; економія ресурсів; впровадження досягнень науки й техніки у виробництво; підвищення якості продукції. Водночас високий рівень конкуренції може призвести до виникнення банкрутства, зростання безробіття та посилення диференціації товаровиробників [7, с.158].

Отже, конкуренція призводить до успіху в тому випадку, якщо підприємець дбає про розширення свого виробництва на інноваційній основі. Конкурентоспроможність підприємства це здатність підприємств відповідати потребам конкурентного ринку, вимогам споживачів у порівнянні з іншими аналогічними підприємствами, представленими на територіальному (регіональному, національному, міжнародному) ринку. Споживач відіграє основну роль у визначенні рівня конкурентоспроможності, оскільки, в кінцевому підсумку, саме споживач, здійснюючи покупку, здійснює вибір між товаром оцінюваного підприємства та товарами конкурентів.

Інформаційні джерела

1. Антощенко В.В. Конкурентоспроможність, як основа ефективної національної економіки. Вісник ХНТУСГ ім. П. Василенка. Сер. Економічні науки. 2019. Вип. 200. С. 84-95.

2. Акімова Л.М., Корж М.В., Чуб І.В. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства : монографія. Рівне : НУВГП, 2017. 121 с.

3. Бугай В. З., Сидоренко В. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. Modern Economics. 2019. № 14. С. 33-38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-05).

4. Василенко О.І. Теоретичні підходи до трактування категорії «конкурентоспроможність підприємства». Сталій розвиток економіки, (4) (45), 78-88.

5. Богацька Н.М., Вітковська А.С., Крупська В.А., 2020 Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.15.24.html>

6. Салоїд С.В., Аріков В.Ю. Конкурентоспроможність підприємства: сутність і підходи до оцінки. Сучасні підходи до управління підприємством. 2019. № 25. С. 153-165. URL: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/182333>

7. Фісуненко П.А. Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: сутність та еволюція поняття. Бізнес-навігатор. 2020. Вип. 2 (58). С. 152-161. URL: http://business-navigator.ks.ua/journals/2020/58_2020/30.pdf.

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Кравчуновська А.О., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – ст. викл. кафедри бізнес-аналітики та
цифрової економіки **Ю.І. Дияк**
Національний авіаційний університет

У сучасних умовах глобалізації, формування міжнародних стратегій економічного розвитку є дуже складним процесом. Це підкреслює актуальність питання створення таких стратегій суб'єктів глобальної економіки (держав, регіональних інтеграційних угруповань, ТНК тощо) на тривалий період для розв'язання важливих глобальних проблем. Роль міжнародних економічних організацій у цьому процесі викликає як науковий, так і практичний інтерес.

Міжнародна організація - це об'єднання держав, установ, та фізичних осіб, які спільно виконують певну програму або мету відповідно до встановлених правил і процедур, і їхні дії розповсюджуються за межами національних кордонів. Основною особливістю міжнародних організацій як суб'єктів сучасної глобальної економіки є те, що, разом з державними органами, вони виступають регуляторами економіки. Вони виконують регулюючі функції на світовому рівні поза рамками національних кордонів. Як такі регулятори, міжнародні організації впливають на розвиток та напрямок світової економіки, оскільки залучають до систематизованого процесу багато держав. Фактично, практично жодна держава в світі не залишається поза участю в якій-небудь організації, і більшість країн є членами кількох різних міжнародних організацій.

Давайте розглянемо потребу у створенні міжнародних організацій. Вона полягає в наступному - об'єднати зусилля держав для розробки загальної стратегії вирішення глобальних проблем і, що надзвичайно важливо, створити умови для її втілення. Це завдання надзвичайно складне, оскільки ми говоримо про країни з різною політичною, економічною і соціальною спрямованістю, різним рівнем розвитку та національними, культурними, релігійними та етнічними особливостями.

Спираючись на вищезазначені критерії, робимо висновок, що у глобалізаційному процесі міжнародні організації мають наступні ключові риси:

- наявність установчого документу;

- постійний або регулярний характер діяльності;
- застосування багатосторонніх переговорів і обговорення проблем як основного методу роботи;
- ухвалення рішень за допомогою голосувань або досягнення консенсусу;
- характер прийняття рішень у вигляді рекомендацій.

Уряди, які підписали статут міжнародних організацій, що здійснюють контроль, зобов'язані періодично приймати експертні місії з цих організацій і передавати їм поточну інформацію, відповідати на запити і вести відкритий діалог. За бажанням уряду, зміст обговорень може залишатися конфіденційним і не розголошуватися міжнародною організацією, з якою проводяться дискусії. Типовим прикладом є МВФ, головна функція якого полягає у жорсткому контролі за економічною політикою своїх членів для надання рекомендацій щодо запобігання можливим макроекономічним дисбалансам та ефективному вирішенню наявних проблем.

Для виконання своїх завдань організації мають відповідну систему, яка базується на своїх внутрішніх органах. У кожній організації існує найвищий орган, де представлені всі її члени. Цей орган може мати різні назви, такі як асамблея, конференція, конгрес тощо. У загальних міжнародних організаціях ці органи численні і призначені для прийняття рішень, переважно із нагальних важливих питань. Наприклад, термін "Генеральна асамблея" буквально означає "загальні збори", і ця назва використовується для найвищого органу в таких організаціях.

До прикладу розглянемо дії ЄС щодо воєнного конфлікту в Ізраїлі. Ще кілька тижнів тому Євросоюз сподівався відновити переговори між Ізраїлем та Палестинською адміністрацією за допомогою нової близькосхідної мирної ініціативи, яка передбачала мирні стимули для обох сторін. Річ у тім, що ЄС у своїй політиці щодо регіону був сфокусований не лише на миротворчості, а й на прямій підтримці Палестини, основним донором якої протягом десятиріч була саме об'єднана Європа. [2]

Терористичні акти в Ізраїлі, роблять зміни невідворотними. Проте в Європейському Союзі немає єдності в питанні того, які саме зміни мають відбуватися, оскільки не всі країни готові ставати на бік Ізраїлю. За цих умов свою політику щодо регіону доведеться формувати також Україні, враховуючи позицію ЄС, до якого ми інтегруємося, США, від яких залежить наша безпека, Ізраїлю, який, так само, як і ми, бореться з терористами, і арабських держав, які надають нам підтримку.

Отже, через глобалізацію початку XXI ст., світ мав постати єдиним соціально-економічним організмом, функціонування якого вимагає узгоджених дій урядів, бізнесових кіл, представників громадськості різних країн. Повертаються часи, коли стосунки між державами вирішуються силовими методами. Порозуміння через домовленість, пошук взаємовигідних варіантів розв'язання проблем, координація діяльності світового співтовариства, вирішення суперечок, боротьба з глобальними і регіональними проблемами – мета функціонування та створення низки міжнародних організацій, які спрямовані на вирішення певних спільних питань чи реалізації проєктів.

Інформаційні джерела

1. Olena Boiko, Svitlana Kucherenko, Liudmyla Levaieva, Yuliia Horodnichenko (2020). Innovation and investment fundamentals of the development of enterprises of the G7 countries during the period of globalization challenges. *Journal of Hygienic Engineering and Design*, Vol. 31, pp. 95-115.

2. <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2023/10/10/7171065/>

СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ЦИФРОВІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Красовський В.В., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Козуб**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Сучасний світ переходить до абсолютно нової технологічної, економічної та соціальної реальності. Відмічають зміни технологічної структури світової економіки, що призводять до переформатування традиційних систем, необхідності формування нових соціальних та економічних стратегій, зміни технологічних парадигм, моделей управління та соціальних норм, масштабних демографічних зрушень. Однак проблема полягає в тому, що цей перехід відбувся дуже швидко – не за тисячу років, як аграрний, чи століття, як індустріальний, а лише за кілька десятиліть. Для будь-якої країни виробничий сектор і підтримання власного технологічного рівня є стратегічним державним завданням розвитку економіки, сфери послуг, забезпечення зростання доходів і національного добробуту.

В останні десятиліття інформатизація стає важливим чинником підвищення продуктивності праці та покращення якості життя, а дослідники вважають ці зміни початком нової ери економічного

розвитку, яку в літературі характеризують терміном «цифрова або інформаційна» економіка. Цифрову економіку визначають, як економіку, засновану на цифрових комп'ютерних технологіях та інформаційно-комунікаційних технологіях (ІКТ), яка перетворює галузі і бізнес-процеси на базі Інтернету та нових цифрових технологій [1; 2]. Особливістю цифрової економіки є те, що вона пов'язана з так званою економікою на вимогу (on-demand economy), яка передбачає не продаж товарів і послуг, а їхнє отримання саме тоді, коли вони потрібні.

Цифрова економіка суттєво змінила традиційні бізнес-процеси. Після досягнення найскладнішого рівня цифровізації в економіці спостерігають фундаментальну трансформацію виробничих відносин учасників, результатом якої є об'єднання виробництва та послуг в єдину цифрову систему, в якій:

- одночасно існують усі елементи економічної системи у формі фізичних об'єктів, продуктів і процесів та їхніх цифрових копій (математичних моделей);

- усі фізичні об'єкти, продукти та процеси стають частиною інтегрованої ІТ-системи завдяки наявності цифрових копій та елементу «підключеності» (connectivity);

- завдяки наявності цифрової копії (математичної моделі) та частини єдиної системи всі елементи економічної системи постійно взаємодіють майже в режимі реального часу, моделюючи реальні процеси та прогнозовані стани, забезпечуючи постійну оптимізацію всієї системи.

Багато проблем виникає під час оцінювання розміру, створеної вартості та вигод, які створює цифрова економіка. Порівняно з традиційною економікою головна перевага цифрової економіки полягає в реалізації можливості автоматичного управління всією системою (або окремими компонентами), а також практично необмежене розширення без втрати ефективності, таким чином значно підвищуючи ефективність управління економікою на мікро- та макрорівні. До основних сегментів цифрової економіки відносять [3]:

- сектор інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), інфра-структура електронного бізнесу (мережі, софтвер, комп'ютери тощо);

- цифрове виробництво та електронний бізнес, тобто процеси організації бізнесу з використанням комп'ютерних мереж;

- електронна комерція (електронний обмін інформацією, електронний рух капіталу, електронну торгівлю, електронні гроші,

електронний маркетинг, електронний банкінг та електронні страхові послуги).

ІКТ є одним із ключових інноваційних складових сучасного світу. Вони являють собою нову технологічну парадигму і відносяться до типу технологій загального призначення (General Purpose Technologies, GPT), які широко використовують в різних секторах економіки. ІКТ мають дві особливості: універсальність застосування та інноваційна компліментарність.

Унікальний підсектор, який розвивають в усіх регіонах як одне з основних джерел зайнятості в галузі ІКТ – промислові комп'ютерні послуги. За останні 10 років темпи зростання експорту послуг у світовій сфері ІКТ та послуг з використанням цифрових технологій значно перевищили загальні темпи зростання всіх експортних послуг, що свідчить про зростання ступеню цифровізації світової економіки [4]. Ключовою та вирішальною технологією для людства вважають штучний інтелект (ШІ).

Важливу складовою, яка може створити робочі місця, сприяти зростанню та продуктивності, а також підтримувати довгострокову економічну конкурентоспроможність є ширококутовий зв'язок. Він може не тільки надавати нові послуги та створювати нові індустрії, але й трансформувати існуючі галузі та традиційні принципи регулювання з великою швидкістю. Подальший розвиток таких технологій призводить до змін у промисловості, сільському господарстві та транспорті. Можливість безперебійної та високошвидкісної передачі даних, а також здатність пристроїв безпосередньо обмінюватися даними дозволяє дистанційно керувати сільськогосподарською технікою, промисловими роботами чи транспортними засобами без водія.

Особливе місце у світовій економіці займає індустріальний сектор ІКТ. Протягом десяти років продуктивність у промисловому виробництві не зростала, попит в основному фрагментований, що викликало потребу в інноваціях. Оскільки одна третина загальної економічної цінності інтернету речей зосереджена в промисловому виробництві, «центр тяжіння» цифровізації припадає саме на промислові підприємства.

Одним із важливих секторів цифрової економіки є електронний бізнес, який розглядають як ділову активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для зміни основних бізнес-процесів, а також внутрішніх і зовнішніх зв'язків з метою отримання прибутку. Одним з напрямів електронного бізнесу, що активно розвивається, є електронна комерція (e-commerce), яку

відносять до сфери економіки, що охоплює всі фінансові та комерційні операції з використанням комп'ютерних мереж і бізнес-процеси, пов'язані з такими операціями.

Однак будь-яку стратегію адаптації необхідно пристосувати до будь-яких обставин. Зокрема, під час кризи, спричиненою пандемією COVID-19, через карантинні заходи багато компаній були змушені перевести співробітників на дистанційну роботу, що вимагало технологічних рішень – розвитку IT-інфраструктури, систем безпеки, комунікацій, електронного налаштування завдань і відстеження виконання.

Інформаційні джерела

1. Tapscott D. The Digital Economy, 1994 [Electronic resource]. URL: <http://dontapscott.com/books/the-digital-economy>.

2. Negroponte N. Being Digital [Electronic resource]. Hodder and Stoughton, 1995. URL: <http://governance40.com/wp-content/uploads/2018/12/Nicholas-Negroponte-Being-Digital-Vintage-1996.pdf>.

3. Fact Sheet: Key Barriers to Digital Trade, 2016. [Electronic resource]. URL: http://globaltraderelations.net/images/Article.Digital_Trade_USTR_Fact_Sheet_April_2017_.pdf.

4. Digital Economy Report 2019 [Electronic resource]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ВАЛЮТНИХ ПОЛІТИК ЄВРОСОЮЗУ ТА ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

Малець Ю. Д., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.М. Зомчак**
Львівський національний університет імені Івана Франка

Дослідження присвячене виявленню взаємозв'язку валютних політик Євросоюзу та Британії на основі крос курсів їхніх валют. Також під час дослідження було виявлено таке явище, як автокореляція випадкових відхилень. Найчастіше дане явище можна спостерігати у даних, зібраних із високою частотою. Тому дана робота матиме дуальний характер, досліджуючи як вище згаданий взаємозв'язок, так і висвітлюючи вплив явища автокореляції на таке дослідження.

Серед економетричних методів, які широко використовують у дослідженні економічних залежностей, варто виділити такі: симультивне моделювання [1], моделі на лонгітюдних даних [2, 3], авторегресійні моделі [4] тощо.

Вхідними даними дослідження будуть курс євро до гривні та курс фунта стерлінгів до гривні за місяць на міжбанку [5]. Існує багато різних методів виявлення автокореляції випадкових відхилень.

Першим методом, який варто використати, є графічний метод. Цей метод передбачає побудову графіку відхилень в часі. На графіку можна спостерігати явні нерівноважні коливання, що може свідчити про наявність автокореляції випадкових відхилень. Проте цього не достатньо. Для більшої впевненості варто побудувати графік залежності відхилень у поточному періоді від відхилень у попередньому періоді. На цьому графіку чітко видно, що лінія тренду проходить через початок координат та знаходиться у першій та третій чверті. Це свідчить про наявність додатної автокореляції випадкових відхилень. Після того, як нам вдалося виявити автокореляцію за допомогою графічних методів її наявність варто підтвердити математичними методами. Для цього спочатку потрібно використати метод рядів.

В результаті використання даного методу вийшло так, що наявна кількість рядів, а саме 6, не попадає в межі заданого інтервалу $[10,876; 21,317]$. Оскільки значення кількості рядів, $\iota = 6$ не входить у довірчий інтервал, то з імовірністю $p = 1 - 0,05 = 0,95$ можна стверджувати, що присутня автокореляція випадкових відхилень. Зазвичай двох методів достатньо для підтвердження наявності чи відсутності автокореляції, проте було вирішено продемонструвати в даній роботі ще декілька підходів.

Ще одним хорошим методом виявлення автокореляції є тест Сведа-Ейзенхарта, який передбачає використання спеціальних таблиць. В результаті ми отримала наступні дані: $v_1 = n_1 = 13$ – кількість додатних відхилень у ряді, $v_2 = n_2 = 18$ – кількість від'ємних відхилень у ряді. Згідно із наявними даними $k_{1кр} = 10$, $k_{2кр} = 22$. Оскільки значення кількості рядів, $\iota = 6$ не входить у довірчий інтервал, та є меншим за $k_{1кр}$, $6 < 10$, то з імовірністю $p = 1 - 0,05 = 0,95$ наявна додатна автокореляція випадкових відхилень. Останнім підходом, який варто використати, є критерій Дарбіна-Уотсона. В нашому випадку цей критерій дорівнюватиме 0,607. $dI = 1,363$; $du = 1,496$. Критерій Дарбіна-Уотсона перебуває в інтервалі від 0 до dI , що свідчить про те, що з імовірністю 95% наявна додатна автокореляція випадкових відхилень.

Проаналізувавши обрані дані, а саме, курс євро до гривні та курс фунта стерлінгів до гривні, цими чотирма методами можна із впевненістю стверджувати про наявність автокореляції випадкових відхилень. Всі методи дали той самий результат, що свідчить про

високу якість та достовірність отриманих результатів. Тепер, коли автокореляція випадкових відхилень виявлена її потрібно усунути, адже вона спотворює результати дослідження та негативно впливає на якість моделі.

Найбільш дієвим способом усунення автокореляції випадкових відхилень буде покрокове використання декількох методів і підходів та подальший вибір найкращого із них. Всі підходи базуються на авторегресійній моделі Маркова першого порядку.

Модель, отримана за допомогою коефіцієнта автокореляції, обчисленого за допомогою критерію Дарбіна-Уотсона матиме вигляд: $0,87x+0,377$. Коефіцієнт детермінації для даної моделі становитиме 0,998. В даному випадку, в порівнянні із першою моделлю, отриманою внаслідок усунення автокореляції за заданого ρ , дещо змінився лише вільний член. Коефіцієнт детермінації також практично не змінився. Тепер нам потрібно оцінити коефіцієнт автокореляції за допомогою методу Кохрана-Оркатта. Цей ітераційний підхід мав би дати найкращі результати. За даного методу модель матиме вигляд:

$$y = 0,74x - 46,1; R^2=0,45.$$

Оскільки отримане за допомогою методу Кохрана-Оркатта ρ наймовірно близьке до одиниці, доцільно використати метод перших різниць, який, зазвичай, дає більш точне значення вільного члена рівняння. Отримана модель буде мати вигляд: $0,76x-0,013$. За наявних умов це рівняння найкраще описує досліджувану залежність, та свідчить про те, що якщо курс фунта стерлінгів зростає на 1 гривню курс євро зростає на 76 копійок.

Курс фунта стерлінгів безпосередньо впливає на курс євро. Величина впливу аналізованих ознак на об'єкт дослідження може бути суттєво завищеною наявністю автокореляції випадкових відхилень, в зв'язку із чим рекомендується перевіряти кожен побудовано модель на її наявність. У разі її наявності її обов'язково потрібно усунути. Усунення автокореляції випадкових відхилень дозволить покращити якість моделі та отримати більш точні результати. Характер досліджуваного раніше взаємозв'язку між курсами валют залишився таким самим, проте коефіцієнти рівняння та його вільний член дещо змінилися. В контексті декількох гривень різниці практично нема, проте коли мова йде про сотні тисяч, чи навіть мільйони гривень, різниця стає вагомюю. В даному випадку, в процесі усунення автокореляції, найкраще себе показав метод Кохрана-Оркатта. Проте у

разі, якщо ρ неймовірно близьке до одиниці краще використовувати метод перших різниць.

Інформаційні джерела

1. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. 1 (105). С. 78-85.

2. Зомчак Л. М., Умриш Г. Т. Моделювання залежності валового регіонального продукту від сільського господарства України на основі лонгітюдних даних. Економіка і суспільство. 2018. №16. 972-977.

3. Zomchak L., Vdovyn M., Deresh O.. Regional Economic Development Indicators Analysis and Forecasting: Panel Data Evidence from Ukraine. In The International Conference on Artificial Intelligence and Logistics Engineering. 2023. Cham: Springer Nature Switzerland. P. 217-228.

4. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. The International Symposium on Computer Science, Digital Economy and Intelligent Systems. 2022. Cham: Springer Nature Switzerland. 369-379.

Конвертер валют. Мінфін. URL:
<https://minfin.com.ua/ua/currency/converter/?converter-type=nbu&from=eur&to=uah>

РОЗВИТОК АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Пань Юньсяо, здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.О. Козуб**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Сьогодні аграрний сектор України став локомотивом розвитку національної економіки за рахунок забезпечення понад 40% валютних надходжень у ВВП. Агропромисловий комплекс (АПК) України включає вирощування та виробництво сільськогосподарської продукції, її перероблення та галузі, які забезпечують виробників засобами виробництва. Тим самим аграрний сектор забезпечує продовольчу і, певною мірою, економічну, екологічну та енергетичну безпеку країни, а також технологічний розвиток суміжних галузей національної економіки.

Як великий виробник аграрної продукції та продовольства, Україна протягом багатьох років займає значне місце в структурі світового аграрного експорту. Згідно з дослідженнями [1], у

загальному обсязі міжнародної торгівлі біля 8,5% становить агропромислова продукція. Аналіз даних регіонального розподілу світової торгівлі сільськогосподарською та продовольчою продукцією [1] показує, що найбільші обсяги торгівлі мають країни Європи, Америки та Азії. Водночас за останнє десятиліття азійські країни лідирували за середньорічними темпами зростання обсягів торгівлі сільськогосподарською продукцією, тоді як Європа мала найнижчі темпи зростання [1].

Аграрний ринок країн ЄС характеризують повільним зростанням і жорсткою конкуренцією [2, с. 37-39]. Бар'єри для торгівлі всередині ЄС є високими, хоча їх пом'якшують за допомогою різних преференційних схем, що забезпечують відносно сприятливі умови входу на ринок для країн зі значною конкурентною перевагою в аграрному секторі. В якості бар'єрів, що визначають конкурентоспроможність підприємств на ринку ЄС, використовують обмеження доступу до ринку (тарифи, квоти та нетарифні обмеження), засновані на торговельній політиці, і внутрішню підтримку, засновану на Спільній сільськогосподарській політиці (ССП) ЄС [3].

Необхідною для України є адаптація та впровадження вимог європейських і міжнародних стандартів безпеки та якості продукції харчування (НАССР, ISO, EN, Кодексу Аліментаріус) у сфері агропромислового виробництва, як однієї з умов вступу до Європейського Союзу [2].

Водночас відсутність стабільної позитивної динаміки виробництва в аграрному секторі свідчить про вичерпання резервів існуючої моделі розвитку галузі, яка базується на ефекті масштабу та екстенсивному використанні ресурсів. Такий стан значною мірою визначають особливостями інвестиційної діяльності в аграрному секторі, яка впливає на відтворювальний процес та ефективність розвитку аграрного виробництва [4]. Саме інвестиції є одним із найважливіших засобів впровадження сучасних технологій у сільськогосподарське виробництво та підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняного аграрного виробника. За останні роки інвестиції в аграрний сектор демонструють позитивну динаміку як за вартістю, так і за часткою в загальній структурі капітальних інвестицій в економіку України. Проте основним джерелом капітальних інвестицій в аграрному секторі є власні кошти підприємств [5].

Інвестиційну привабливість аграрного сектору України визначають такі фактори: сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування більшості сільськогосподарських культур та високий

рівень природно-ресурсного потенціалу українських земель; порівняно дешева робоча сила; зручне географічне розташування України та розвинена транспортна інфраструктура; зростання рентабельності агробізнесу [5]. Крім того, покращенню інвестиційного клімату в аграрному секторі сприяє виважена аграрна політика, спрямована на імплементацію національного законодавства відповідно до європейських та світових стандартів, що передбачено Угодою про асоціацію між Україною ЄС, сприятливі умови ведення бізнесу та позитивні зміни в податковому законодавстві.

Водночас рівень капіталовкладень в аграрний сектор ще не повною мірою розкриває наявний у галузі ресурсний потенціал. На сьогоднішній день основними перешкодами для інвестування в аграрний сектор є: відсутність ринкового обігу землі сільськогосподарського призначення, викривлена державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників, труднощі з отриманням банківських кредитів, неефективна національна політика підтримання експортерів, недостатній розвиток інфраструктури аграрного ринку, збройна агресія РФ [6].

Щоб мінімізувати ризики та збільшити можливості використання українського аграрного сектору в результаті відкриття європейського ринку, необхідно впровадити низку заходів національної аграрної політики, які відповідають принципам державної підтримки та регулювання, викладеним в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС, а саме: прискорення процесу впровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості харчових продуктів у сфері агропромислового виробництва, створення системи моніторингу зовнішньоторговельного бізнесу з країнами ЄС як механізму швидкого реагування на зміни у кон'юктурі ринку сільськогосподарської продукції, сприяння розвитку малого бізнесу в аграрному секторі. Враховуючи те, що сьогодні аграрний сектор є одним із провідних секторів національної економіки, національна аграрна політика має бути спрямована на покращення інституційного середовища, спрощення ведення інвестиційної діяльності та захист прав інвесторів.

Інформаційні джерела

1. Звіт ООН за 2021 рік. URL: https://ukraine.un.org/sites/default/files/2022-06/UNCountryResultsReport2021UA_v02.pdf

2. Вітько Д.О. Детермінанти міжнародної конкуренто-спроможності українських аграрних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 17. Ч. 1. С. 36–40.

3. Гудзинський О.Д. Формування системи інвестиційного забезпечення стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. № 4. С. 5-8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_4_2.

4. Мельник В., Погрішук О. Інвестиційне забезпечення аграрного сектору: розширення можливостей для України. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2019. № 3. С. 23-34.

5. Бойко А.В. Інвестиційний потенціал регіонів України: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2010. Вип. 26 (1). С. 25-33.

6. Калетнік Г.М., Козяр Н.О. Стратегічні підходи до інвестування аграрного сектору України в сучасних умовах розвитку АПК. Економіка АПК. 2020. № 12. С. 81-89.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ У СВІТІ

Піллєв Д.А., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.А. Кулініч**
Державний біотехнологічний університет

Сучасний світ розвивається у напрямі створення глобальної економіки. Процес поширення інформаційних технологій, продуктів і систем у всьому світі несе за собою іншу, ніж колись економічну та культурну інтеграцію, в якій товари, послуги, фінансовий капітал, люди, інформація, знання, ідеї вільно долають географічні кордони держав. Виникають принципово нові категорії та явища, такі як глобальний ринок, глобальна компанія, глобальні інтеграція, кооперація, конкуренція, глобальні можливості. Глобальна економіка – це спосіб світового господарювання, який ґрунтується на підпорядкуванні як внутрішніх, так і міжнародних господарських процесів одним законам. Головними суб'єктами господарювання такої економіки у світовому масштабі стають не країни, а транснаціональні корпорації та альянси. Глобальна економіка тісно пов'язана з віртуальним світом, його простором, ринками, підприємствами та віртуальною реальністю [1, с. 314].

Мережева віртуальна економіка, що базується на інноваціях, супроводжується системними ризиками для світової спільноти та національних держав. Вона не має домінувати і витіснити традиційну культуру функціонування господарських систем. Ця економіка повинна сприйматися як доповнення, що є частиною національних економік, що функціонують у реальному економічному просторі.

Подібний сценарій має передбачатися національними стратегіями розвитку держав і регулюватися на міжнародному рівні з метою уникнення глобальних, системних економічних криз та руйнування різноманітних культур народів світу. Мережева структура глобальної економіки аморфна, енергійна та різномасна, породжує нестандартні ситуації невизначеності. Вона працює за рахунок кооперації у віртуальному інформаційному просторі. Як соціально значущий феномен, мережева структура глобальної економіки є, зрештою, породженням притаманної західній цивілізації технологічної, промислової, інфраструктурної та інноваційної могутності. Будучи масштабним і сильним феноменом сучасного суспільства, вона підносить йому системні ризики. Її вплив на життя суспільства багатоплановий.

Науковці виділяють декілька основних напрямів, в межах яких відбувається розвиток й удосконалення регулювання інформаційної безпеки (рис. 1) [2].

Алгоритм розвитку глобальної інформаційної економіки необхідно налаштувати на інтереси світової спільноти: налагодження механізму світової валюти, забезпечення прозорості системи платежів, створення всесвітнього каталогу об'єктів власності, формування глобальної податкової системи, стійких інститутів страхування національних та регіональних ризиків. Повинна виникнути несуперечлива цілісна конструкція економічних відносин, що справедливо регулюватиме і вирішуватиме проблеми в інтересах всього світового співтовариства [3].

Таким чином, можна зазначити, що законодавство у сфері інформаційної безпеки є порівняно молодою галуззю не лише в Україні, а й у світі. Стрімкий розвиток інформаційних технологій, мережевої економіки, суспільних відносин в інформаційній сфері призвели різні держави до необхідності врегулювання і правової політики по відношенню до інформаційної безпеки. Для вирішення питання про концепцію міжнародної інформаційної безпеки на світовій арені в сучасних умовах розроблено рішення для тієї частини загроз, що неможливо повністю усунути силами однієї держави, але для цього повинні бути зацікавлені й інші країни-учасники. В межах внутрішньої політики існує багато проблем, для усунення яких також необхідно розробляти якісну нормативну базу, що забезпечить захист особистості, суспільства, держави від внутрішніх і зовнішніх інформаційних загроз.

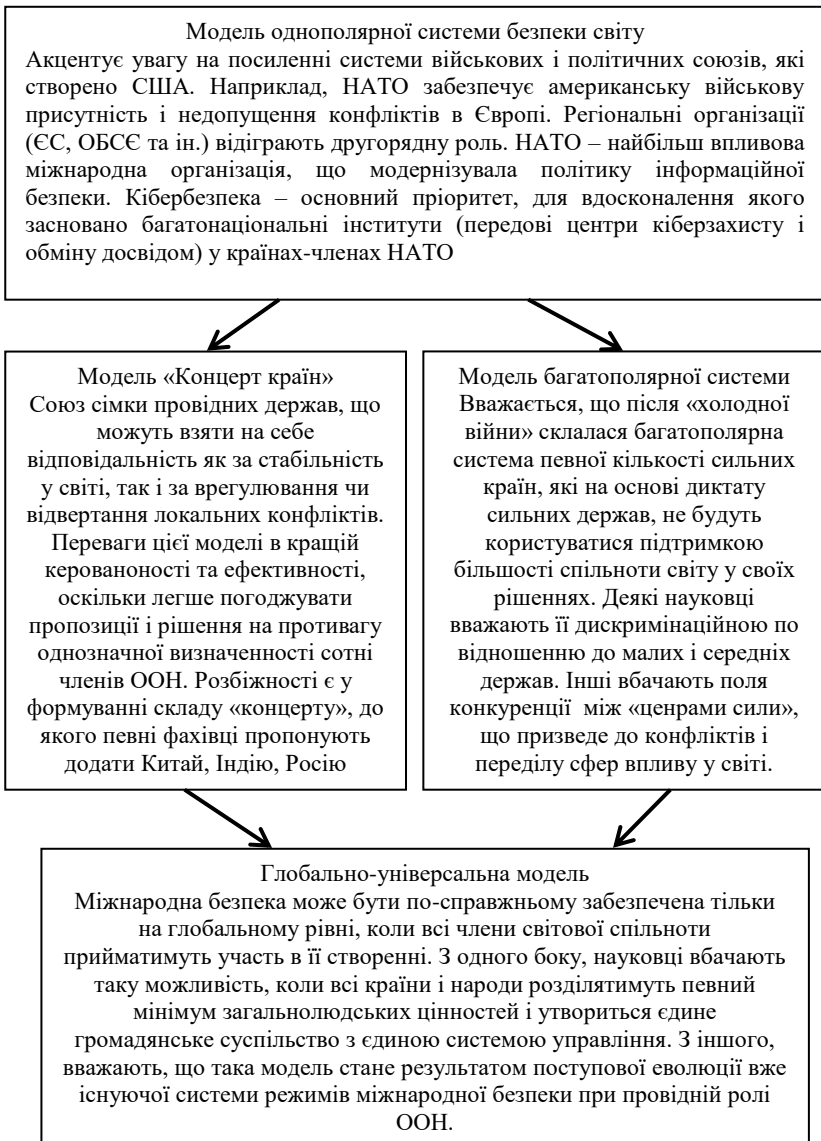


Рис. 1. Типи моделей інформаційної міжнародної безпеки світу

Інформаційні джерела

1. Андросова Т. В., Кулініч О. А. Реглобалізація світової торгівлі. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід. IV Міжнар. наук.-практ. конф. 19.05.2023 р.: зб. наук. праць. Х: ДБТУ, 2023. С. 312-315

2. Кулініч О.А. Формування мережевої економіки та бізнес-комунікацій на віртуальних ринках. Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні – 2023. (2-3 березня 2023 р.) ВНТУ. м. Вінниця. 2023. С. 392-395

3. Rushchyshyn N., Kulinich O., Tvorydlo O., Mikhailov A., Samoilenko V. State Regulation of Banking Business in the Context of Social and Digital Transformation of Economy. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, Vol. 22. No.4. 2022. pp. 67-72 URL: http://ijcsns.org/07_book/html/202204/202204010.html

СІЛЬСЬКІ ТЕРИТОРІЇ, ЯК ВАЖЛИВЕ ЕКОНОМІЧНЕ ЯВИЩЕ

Пращерук М.П., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **В.В. Антощенкова**
Державний біотехнологічний університет

Більшу частину історії людства більшість людей у всьому світі жили невеликими громадами. За останні кілька століть – і особливо в останні десятиліття – це різко змінилося. Відбулася масова міграція населення із села в місто. Різні глобалізаційні чинники призвели до зростання населення в містах, а точніше їх перенаселення. Це в свою чергу спричинило численні екологічні і соціально-економічні проблеми для усього людства. Натомість, населення сільських територій постійно скорочується, зникають цілі сільські поселення, молодь не хоче залишатися в селі, аргументуючи численними перевагами міського способу життя.

За даними рис. 1 (інформація відділу народонаселення ООН), ми бачимо загальну кількість людей, які проживають у міських і сільських районах, за період з 1960 по 2021 рік. Це базується на даних перепису населення, зіставлених на національному рівні, у поєднанні з оцінками ООН [1] (якщо дані перепису недоступні). В 1960 році в сільській місцевості проживало вдвічі більше людей (2 мільярди), ніж у містах (1 мільярд). У 2007 році чисельність міського та сільського населення була майже однаковою – 3,33 мільярда. За оцінками ООН, 2007 рік є знаковим, рік коли кількість людей у містах перевищила кількість людей у сільській місцевості. Цей перехід змінив спосіб нашого життя, роботи, співіснування.



Рис. 1. Кількість людей, які проживають в містах і селах (світ)

У 2016 році міське населення зросло до 4,4 мільярда; тоді як сільське населення світу зросло лише до 3,4 мільярда. Цифри ООН є найбільш широко згадуваними та цитованими щодо глобальної урбанізації. Однак вони не позбавлені критики: деякі дослідники припускають, що набагато більше людей живе в містах, ніж ці цифри.

У більшості країн з високим рівнем доходу – у Західній Європі, Америці, Австралії, Японії та на Близькому Сході – понад 80% населення проживає в містах. У більшості країн із доходом вище середнього – у Східній Європі, Східній Азії, Північній і Південній Африці та Південній Америці – від 50% до 80% людей роблять. У багатьох країнах із низьким і нижчим середнім рівнем доходу більшість все ще живе в сільській місцевості.

Сільські території для України є надзвичайно важливим економічним явищем, яке ставить відповідні вимоги до розробки та реалізації державної аграрної політики та відповідної стратегії. Безумовно, фактичний стан сільських територій є індикатором розвиненості та стійкості всього аграрного сектору нашої країни. Значна частина території України має яскраво виражений сільський характер і в просторовій структурі сільські території займають вагомe становище, де проживає 12,5 млн чол. або 30,3% загальної чисельності наявного населення.

За даними Представництва Фонду ООН у галузі народонаселення (англ. UNFPA, the United Nations Population Fund) на рис. 2 показано динаміку населення в Україні (містян та сільського) за 1960-2021 роки. Агресивна урбаністична політика є також ключовою проблемою розвитку сільських територій України.



Рис. 2. Кількість населення, що проживає в місті та селі (Україна)

Розробка та удосконалення стратегії сталого розвитку сільських територій є пріоритетним завданням в аспектах розвитку людського капіталу та забезпечення потреб виробництва сільськогосподарської сировини та продовольства [2, с.169]. Одним із найважливіших завдань політики держави на сучасному етапі є вирішення проблеми покращення стану сільської економіки та підвищення рівня життя населення на селі. Пріоритетність її обумовлена високою значимістю для країни таких найважливіших аспектів, як підвищення ефективності сільськогосподарської діяльності та забезпечення продовольчої безпеки, збереження наявного земельного, інфраструктурного та людського потенціалу, відтворення природних ресурсів [3].

Складність управління сільськими територіями посилюється їх природною специфікою, що визначається залежністю господарської діяльності від природно-кліматичних умов, природних ресурсів і, передусім, від якості землі, як головного засобу виробництва [4, с.105].

Отже, за останні десятиліття урбанізація посилилася в усьому світі, спричинивши прогресуючу і широкомасштабну проблему, як в перенаселених містах, так і в деградуючих сільських територіях. Сільська територія – це особлива економічно важлива територія зі своїм особливим способом життя і рівнем соціально-економічного розвитку, мешканці якої зайняті переважно в аграрній сфері. Роль розвитку сільських територій в економіці зводиться здебільшого до визнання сільського господарства, як важливої складової продовольчої безпеки країни, забезпечення збалансованого

сільського розвитку з метою підвищення добробуту сільських мешканців, збереження екологічно чистих територій.

Інформаційні джерела

1. UNFPA, Фонд народонаселення ООН Україна. URL: <https://www.unfpa.org/data/UA>
2. Антощенкова В.В. Організаційно-економічний механізм інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва, Сер. Економічні науки. 2021. №2 Том. 1. С. 161-170.
3. Герасимчук В. Теоретичні аспекти розвитку сільських територій в Україні: проблеми та шляхи вирішення. Економіка та суспільство, 2022. (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-88>
4. Сторонянська І. З., Патицька Х. О. Методичні підходи до ідентифікації сільських територій: світова практика. Економіка АПК. 2020. № 5. С. 105.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ В НІМЕЧЧИНІ

Рашевська Н.В., здоб. ОС «бакалавр»

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

Система бухгалтерського обліку Німеччини має давні традиції і орієнтована, насамперед, на чітке дотримання норм прийнятого законодавства. Держава створює певні загальноприйняті умови господарювання, які обов'язкові для усіх господарюючих суб'єктів і повинні строго дотримуватися.

Взагалі, в Німеччині існує дві системи ведення бухгалтерського обліку: це спрощена система та система подвійного запису. При веденні бухгалтерського обліку необхідно дотримуватися відповідних нормативно – правових актів та принципів ведення бухгалтерського обліку. Як стверджують Лучко М. Р. і Бенько І. Д.: «у Німеччині бухгалтерські організації здебільшого займаються проблемами відповідності практики чинному законодавству, ніж розробкою нових бухгалтерських процедур»[1]

У Німеччині існує два терміни, що мають пряме відношення до бухгалтерського обліку: це «Buchführung» и «Buchhaltung». «Buchführung» відноситься напряду до ведення обліку усіх бізнес – операцій. В свою чергу, як «Buchhaltung» зазвичай означає відділ в компанії, що займається обліком бізнес – операцій і проводок.

Взагалі, Кирильєва Л. О., Наумова Т. А. та Акімова Н. С., досліджуючи організацію обліку та звітності підприємств Німеччини, зазначають, що: «В Німеччині для формування внутрішньої релевантної інформації функціонує служба контролінгу, яка забезпечує організацію процесу обліку, планування, координації господарської діяльності для прийняття обґрунтованих управлінських рішень тактичного та стратегічного розвитку підприємства»[2].

Взагалі, в Німеччині, як і в будь – яких інших країнах, де ведеться бухгалтерський облік, існує ряд юридичних правил, яких необхідно дотримуватися при веденні бухгалтерського обліку. Сучасне господарське право Німеччини трактує сутність бухгалтерського обліку, як:

- інформацію для підприємця про майно, заборгованості, прибутки, збитки, витрати і доходи;

- доказ при судових розглядах;

- звіт керівників капіталу перед інвесторами;

У Німеччині принципи управління, порядок визнання форм ведення обліку, правила ведення бухгалтерського обліку регулюються Торговим Кодексом Німеччини (HGB: Handelsgesetzbuch). Взагалі, цей Кодекс призначений задля встановлення мінімальних вимог по веденню обліку та складанню фінансової звітності для усіх компаній, що здійснюють комерційну діяльність.

В свою чергу, стандарти, що розробляються Німецьким комітетом по стандартам фінансової звітності, регулюють всі питання консолідованої звітності, що, з іншого боку, не розглядаються Торговим кодексом.

Можна виділити такі стандарти по консолідованій звітності, розроблені Німецьким комітетом, як:

- сегментна звітність;

- звітність про рух грошових коштів;

- проміжна звітність;

- чисті активи і результат діяльності в консолідованій звітності;

Антоненко Н. В. стверджує, що: «на бухгалтерський облік в Німеччині помітно впливає податкове законодавство країни, з іншого – в Німеччині облікові працівники, як теоретики, так і практики, вносять свій вклад у розвиток обліково-аналітичних процесів»[3].

Варто зазначити, що у Німеччині не існує загального Плану Рахунків, немає чітких приписів відносно виду і структури журналів господарських операцій, бухгалтерських книг і т .д. Будь – яка компанія визначає склад, зміст Плану Рахунків, журналів і аналітики виходячи із своїх конкретних потреб. До того ж, варто зазначити, що є

певні відмінності між Балансом Німеччини та України, основною із яких є форма розташування активу й пасиву, а також групування й розміщення статей. У Німеччині знаходить своє використання горизонтальна форма, яка передбачає відображення активу Балансу ліворуч, а пасиву – праворуч. При цьому підсумки активу й пасиву мають бути рівними[4].

До того ж, основні принципи обліку в Німеччині, тобто правила визнання, оцінки та відображення фактів господарської діяльності, доволі схожі з українськими. Проте є й невеликі відмінності. Так, у Німеччині допустимим є використання двох методів складання звіту про прибутки та збитки: метод повних витрат за елементами витрат (Gesamtkostenverfahren) та метод функціональних витрат за статтями калькуляції (Umsatzkostenverfahren).

У Німеччині немає офіційної вимоги щодо складання проміжної звітності. Інакше кажучи, теоретично компанія має складати звітність лише один раз на рік. Однак на практиці таке можливо нечасто, оскільки існують вимоги бірж, акціонерів, власників та банків про подання звітності не раз на рік, а частіше, причому у дедалі короткі терміни.

Основний підхід до ведення обліку та складання звітності в Німеччині – обережність та орієнтованість на користувачів фінансової звітності (кредиторів), тому активи оцінюються швидше за найменшою з можливих оцінок, а зобов'язання – за найбільшою. Користувачі повинні насамперед побачити у фінансовій звітності максимум зобов'язань, які може мати підприємство, та мінімум його активів. Варто зазначити, що у Німеччині держава жорстко контролює податкове питання, і цікавиться звітністю здебільшого з податкових аспектів. Тобто, там розділяють посаду бухгалтера та людини, що нараховує податки, адже для останньої потрібна практика та відповідна кваліфікація, не залежно від розмірів підприємства[5].

Отже, система обліку та звітності у Німеччині є об'єктом постійних дискусій. Їхня гострота пояснюється саме тим фактом, що фінансова звітність німецьких підприємств перебуває у постійному протиріччі інтересів складання звітності за міжнародними стандартами, з одного боку, та податкової звітності – з іншого.

Інформаційні джерела

1. Лучко М. Р., Бенько І. Д. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: Навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2004. URL: <http://library.wunu.edu.ua/files/EVD/luthko.pdf>

2. Кирильєва, Л. О., Наумова, Т. А., Акімова, Н. С. (2023). Організаційні аспекти обліку та звітності підприємств Німеччини в умовах

конвергенції. Підприємництво і торгівля, (36), 12-18. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-36-02>

3. Антоненко Н. В. Порівняльна характеристика вітчизняної та зарубіжної систем бухгалтерського обліку на прикладі Німеччини URL: [file:///C:/Users/PC/Downloads/Крушинська%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/Крушинська%20(1).pdf)

4. Стадник Марина, Порівняльна характеристика вітчизняної та зарубіжної структури Балансу (НП(С)БО, МСБО, ГААП США, Директива 2013/34/ЄС) URL: https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001173

5. Касьяненко Т.В., Пономарьов Г. С. Бухгалтерський облік в Україні та Німеччині Суми: СумДУ, 2017. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/64557>

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ: ДОСВІД США

Старосільська В.В., здоб. ОС «бакалавр»

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

Розвиток організаційних структур США залежить від якісно організованої системи бухгалтерського обліку, де одним з фундаментальних об'єктів вважаються запаси. Інформація про запаси в частині їх кількісного та якісного складу необхідна як для внутрішніх, так і для зовнішніх користувачів обліку з метою прийняття управлінських рішень.. Обліково-аналітичні дані про запаси здатні вплинути на фінансові показники компанії, що визначають продуктивність, фінансову незалежність та конкурентостійкість економічного суб'єкта. Тому, питання організації обліку запасів, особливості проведення інвентаризації та розкриття інформації про запаси у формах фінансової звітності підприємств США є актуальними та потребують розгляду для оптимізації облікового процесу підприємств України. Досвід організації обліку запасів США зможуть вплинути на систему обліку запасів, а також покращити деякі економічні процеси в Україні.

Визначаючи сутність запасів вітчизняні науковці Круш П.В. та Орлюк Ю.В. зазначають, що «запаси – товари та матеріали, що постачаються та зберігаються на підприємстві, і які виникають щоразу, коли ресурси, що надходять та виходять з підприємства не використовуються» [1].

В підприємствах США бухгалтерський облік ґрунтується на гіпотезі, згідно якої: «придбання, реалізація (випуск у виробництво) запасів є потоком вартостей (cost flow), а не потоком одиниць цих запасів (goods flow). За виключенням факту використання методу

ЛФО-долар (специфікований ЛФО) у США, облік і оцінка собівартості та вартості списання запасів є майже ідентичними в Україні та США» [2]. До того ж, у США оцінка запасів проводиться на основі фактичних витрат на їх придбання до того моменту, поки їх не отримують чи будуть використовувати у виробництві. Тобто при оцінці запасів розраховується чиста сума платежів, які були здійснені при минулому придбанні запасів.

Як відомо, то в Україні при аналітичному обліку запасів використовується тільки метод безперервного (постійного) обліку. А ось в США знаходить своє використання як даний метод, так і метод періодичного обліку.

Стосовно українського обліку, то в ньому не передбачається періодична система обліку запасів, але, в свою чергу, на малих підприємствах, доцільним буде проведення інвентаризації наприкінці звітного періоду, тому для таких підприємств використання даної системи обліку було б навпаки дуже доречним. Якщо ж розглядати періодичну систему обліку США, то вона матиме такий вигляд:

- надходження запасів від постачальників відобразиться записом
Дт «Витрати на закупівлю»;
Кт «Рахунки до сплати»
- коригування фінансових результатів шляхом списання початкового залишку запасів на рахунку відобразиться записом
Дт «Фінансові результати звітного періоду»;
Кт «Складські запаси»
- коригування фінансових результатів шляхом списання запасів на кінець періоду методом інвентаризації відобразиться записом
Дт «Складські запаси»;
Кт «Фінансові результати звітного періоду»

На підприємствах існує таке поняття, як циклічний метод інвентаризації, тобто процедура аудиту, що здійснюється щомісяця або щотижня та яка підпадає під управління незначної підмножини запасів, що зберігаються в окремому місці та розраховані для використання на певний день. Якщо порівнювати циклічний метод з повною інвентаризацією, то він не перериває здійснення господарських операцій та оперативно надає інформацію про операції з запасами.

Треба зазначити, що в Україні циклічний метод інвентаризації використанню не підлягає, проте, в свою чергу, в США він безпосередньо поширився на підприємствах з доволі великою номенклатурою товарів та матеріалів.

Використання циклічного методу інвентаризації має свої певні переваги, такі як[3]:

- достатньо високий рівень точності інвентаризації, який буде підвищувати впевненість у рішеннях, що безпосередньо засновані на її результатах;

- зникнення необхідності в проведенні періодичної інвентаризації іншими методами;

- заощадження часу на підготовку звіту, внаслідок зникнення необхідності проведення інвентаризації наприкінці кожного звітного періоду;

- відсутність необхідності доплати за переробіток в разі проведення поточної інвентаризації самими робітниками.

Окрім переваг даний метод інвентаризації має і певні недоліки. Якщо інвентарні записи по усім незавершеним операціям з інвентаризацією не оновлювалися в першочерговому порядку в базах даних, то в такому випадку наступне виправлення помилок буде закріплюватися за працівником, на якого буде покладена відповідальність.

Варто зазначити, що існують певні передумови для раціональної організації обліку запасів, це: «раціональна організація складського господарства; розробка номенклатури запасів; наявність інструкції з обліку виробничих запасів; правильне групування (класифікація) запасів; розробка норм витрачання запасів» [4].

Отже, підбиваючи підсумки, можна сказати, що американський облік запасів є більш прогресуючим, оновленим. А ось, наприклад, Циган Р.М, стверджує, що: «Американський облік є наукомістким» [5]. Взагалі, нашій країні слід більше звертати уваги на те, як саме ведеться облік запасів в США, тобто брати приклад, втілюючи нові схеми, вносячи відповідні зміни до законодавства, що безпосередньо буде дозволяти застосовувати найбільш придатні методи, аби досягати кращих показників, що буде свідчити про раціональну та дієву організацію процесу обліку запасів.

Інформаційні джерела

1. Круш П.В., Орлюк Ю.В. Теоретичні основи управління матеріальними запасами підприємств. 2017. Вип. 14. С. 239-245.

2. Шматковська Т.О., Коваль Н.І. Порівняння вітчизняних і закордонних методів обліку надходження й вибуття запасів та можливість їх використання в Україні. 2016. Вип. 2 (02). URL: http://www.easterneuropebm.in.ua/journal/2_2016/56.pdf

3. Спеціалізований інформаційний веб-ресурс з питань американської системи бухгалтерського обліку Cycle Counting. 2017 URL: <https://www.accountingtools.com/articles/2017/5/10/cycle-counting>

4. Кононенко В.А., Цупаленко Ж.П. Облік виробничих запасів: сучасний стан та напрямки вдосконалення. 2016 URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_16/1/38.pdf

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ КОМПАНІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Фатюшина А. О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Н.Г. Ушакова**
Державний біотехнологічний університет

Міжнародна конкурентоспроможність компанії є ключовим фактором успіху в глобальному бізнес-середовищі. Міжнародна конкурентоспроможність виявляється у здатності створювати та впроваджувати на ринок продукцію, яка перевищує за споживчою вартістю аналогічні товари провідних світових виробників. Крім того, це також передбачає успішне досягнення стратегічних цілей, розроблених в контексті управлінських стратегій, які ураховують ресурси та ринкові умови, компетенції підприємства та відповідність світовим стандартам якості [1]. Такий підхід дозволяє компаніям зберігати конкурентну перевагу та впевнено виходити на міжнародну арену. Це вимагає, по-перше, високого рівня якості та інноваційності у виробництві продукції чи наданні послуг. Компанія повинна мати здатність створювати товари або послуги, які відповідають або перевищують очікування споживачів на міжнародному ринку. Це включає в себе постійне вдосконалення та адаптацію до змін у смаках, потребах та технологічних тенденціях споживачів. По-друге, міжнародна конкурентоспроможність вимагає ефективного управління ресурсами та стратегічного планування. Тому компанії намагаються уважно вивчати ринкові умови, аналізувати дії конкурентів та правильно визначати свої конкурентні переваги. Крім того, важливо розвивати міжнародні партнерства, виявляти гнучкість у реагуванні на зміни в економічному та політичному середовищі, а також активно впроваджувати ефективні механізми контролю якості. Ці елементи дозволяють займати стабільне та впевнене положення на міжнародному ринку.

Оцінка міжнародної конкурентоспроможності компанії - це складний процес, який включає в себе ряд ключових аспектів. До основних кроків, які доцільно врахувати при такій оцінці можна віднести (рис. 1):



Рис. 1. Напрями оцінки міжнародної конкурентоспроможності компанії

З метою керування міжнародною конкурентоспроможністю компанії використовуються різноманітні стратегічні підходи, що спрямовані на досягнення успішної конкурентної позиції на ринку. Зокрема, визначають такі основні підходи:

– системний підхід: це логічний спосіб оцінки, в основі якого лежить концепція, що управління конкурентоспроможністю компанії базується на чітко сформульованій меті управління. Цей підхід передбачає підпорядкування всіх підсистем компанії для досягнення визначеної мети;

– процесний підхід: цей підхід включає структурування та диференціювання бізнес-процесів компанії на різні складові, які сприяють досягненню визначеної мети. Такий підхід розглядає компанію як систему взаємопов'язаних процесів, спрямованих на досягнення міжнародної конкурентної переваги;

– функціональний підхід: цей підхід враховує систему взаємопов'язаних функцій, що включає процеси планування, організації, мотивації та контролю всіх ресурсів, пов'язаних з управлінням міжнародною конкурентоспроможністю. Основний акцент робиться на ефективному використанні функціональних аспектів управління;

– ситуаційний підхід: цей підхід передбачає використання сучасних управлінських технологій, методів та прийомів для адаптації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі компанії. Він акцентується на гнучкості та реагуванні на сучасні виклики та можливості.

Визначені підходи пропонують комплексні стратегії, які сприяють зміцненню міжнародної конкурентоспроможності компанії в глобальному бізнес-середовищі.

Інформаційні джерела

1. Щемур В. Ю., Дергачова В.В. Методологія оцінювання міжнародної конкурентоспроможності. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез Доп. III Міжнар. Наук.-практ. Конф., м. Київ, 08 груд. 2022 р. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2022. С.122-123. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/271878>

МІЖНАРОДНИЙ КОНФЛІКТ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА КЛЮЧОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Чапаєв М.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.Ю. Величко**

Державний біотехнологічний університет

Сучасна система міжнародних відносин супроводжується наявністю міжнародних конфліктів. Міжнародні конфлікти можуть мати різноманітні причини, такі як територіальні претензії, економічні інтереси, релігійні розбіжності, амбіції політичної влади, етнічні конфлікти чи прагнення до вирішення геостратегічних завдань. Дослідження ключових характеристик, динаміки та факторів, що призводять до міжнародних конфліктів між країнами або етнічними групами, а також передбачення можливих наслідків дозволяє розробляти стратегії їх уникнення та вирішення вже існуючих.

Взагалі, міжнародний конфлікт (МК) - це ситуація, коли виникає суперечка, сутичка, напруга чи активна ворожнеча між двома чи більше країнами. Цей конфлікт може мати різний характер, включаючи політичні розбіжності, економічні спірні питання щодо окремих аспектів зовнішньої сфери, територіальні конфлікти, ідеологічні розбіжності чи будь-які інші протиріччя між державами.

Найчастіше при тлумаченні поняття «міжнародний конфлікт» у наукових джерелах подається визначення американського політолога Філіпа Куїнсі Райта, який трактував міжнародний конфлікт як «певне відношення між державами, яке може існувати на всіх рівнях, в самих різних ступенях» [1] та виділяв чотири стадії у виникненні конфлікту (рис.1). При цьому Ф.К. Райт наголошував, що міжнародний конфлікт стає таким, коли переходить у третю і четверту стадії. В даному випадку поняття «міжнародний конфлікт» вже є об'ємнішим за поняття «війна», бо війна є фактично окремим проявом міжнародного конфлікту.

Один з загальноприйнятих підходів щодо класифікації міжнародних конфліктів розділяє їх на симетричні та асиметричні. Симетричні МК відзначаються приблизно рівним потенціалом конфліктуєчих сторін, а асиметричні характеризуються їх суттєвою різницею. Згідно традиційної типології міжнародних конфліктів, виділяють: міжнародну кризу; конфлікти малої інтенсивності; тероризм; громадянську війну і революцію, що набувають міжнародного характеру; війну; світову війну.

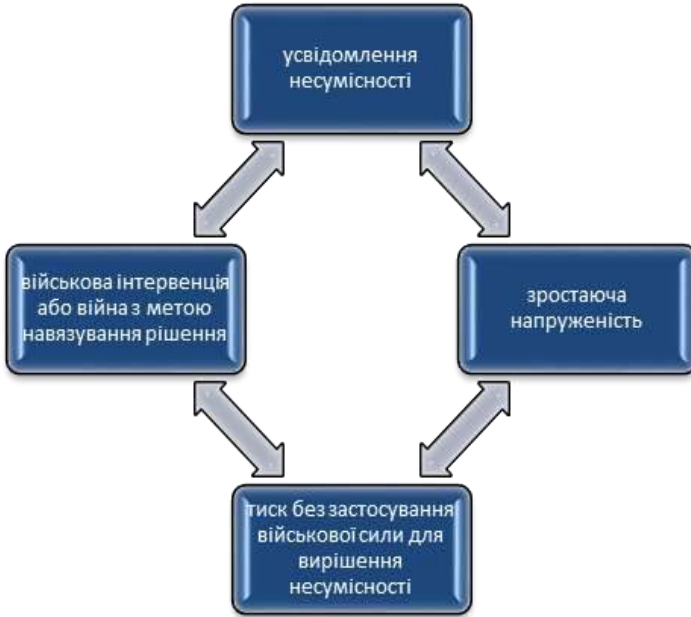


Рис. 1. Стадії виникнення міжнародних конфліктів за Ф.К. Райтом [1]

Іноді у наукових джерелах ототожнюються поняття «міжнародний конфлікт» та «міжнародна сутичка». Так, ці трактування подібні, оскільки обидва вказують на конфлікти між державами чи міжнародними суб'єктами. Проте, «міжнародна сутичка» може бути розглянута як менший за обсягом та тривалістю конфлікт у порівнянні з більш обширним та тривалішим «міжнародним

Щодо засобів врегулювання міжнародних конфліктів, то дипломатія на сьогодні є ключовим фактором. Міжнародні конфлікти можуть призводити до дипломатичної напруги, економічних санкцій, гуманітарних криз, а іноді й до військових дій («гаряча фаза»). Важливою характеристикою міжнародних конфліктів є те, що вони виникають між суб'єктами міжнародного права, тому до їх вирішення залучаються міжнародні інституції. Залучення міжнародних організацій, впровадження санкції, миротворчі операції та переговори – ці засоби найчастіше сприяють зниженню напруги. конфліктом» (табл. 1).

**Таблиця 1 – Порівняльна характеристика тлумачення
«міжнародний конфлікт» та «міжнародна сутичка»**

Характеристика	Тлумачення	
	міжнародний конфлікт	міжнародна сутичка
Визначення	«зіткнення протилежних сторін — учасників міжнародних відносин, зміст розбіжностей переважно зводиться до проблеми розмежування понять явищ конфлікту і конфронтації» [2, С.144]	невеликий або обмежений конфлікт між державами, який може включати в себе обмін ударів або ізольовані випадки військових дій.
Характер відносин	Визначає різноманітні відносини між країнами, що можуть існувати на різних рівнях та в різних ступенях	Полягає в обмеженому, зазвичай короткому часові періоді, коли виникають напруженість та конфлікт між державами.
Можливі наслідки	Може мати різні наслідки, включаючи дипломатичні рішення, економічні санкції, гуманітарні кризи та військові дії	Наслідки зазвичай менш серйозні, може вирішитися дипломатичним шляхом або обмеженими військовими діями.
Приклади	Кризи на Близькому Сході, територіальні спори між країнами, економічні суперечки, ідеологічні конфлікти, війни (наприклад, напад росії на Україну у лютому 2022р)	Локальні сутички, короточасні міжнародні випадки насильства, наприклад, короточасні війни, збройні конфлікти (наприклад, постійні конфлікти на Африканському континенті)

Проте, найважливішим є попередження та запобігання виникненню міжнародних конфліктів.

Попередження міжнародних конфліктів – це діяльність, метою якої є створення та налагодження умов взаємодії суб'єктів міжнародних відносин з метою виключення або значного зменшення можливості їх виникнення. Попередження конфліктів є одним із ключових завдань сучасної миротворчості. Конфлікти можуть бути вирішені на ранній стадії, якщо вчасно виявити та вирішити основні протиріччя. Запобігання конфлікту полягає у впливі на його складові: суб'єктів, мотивацію їх дій, об'єкти, сили і засоби, що використовуються до початку міжнародного конфлікту [3, С.72].


Політичне вирішення конфлікту, тобто пошук взаємоприйнятної згоди між сторонами за допомогою політичних заходів, переговорів, політичних технологій та процедур, сьогодні є найважливішою задачею. Пошук і розробка технологій розв'язання МК базується на виявленні спільних інтересів і визнанні цінностей усіма сторонами конфлікту, що в подальшому дозволяє вирішувати конфлікти мирними засобами. При цьому розв'язання конфлікту не усуває наявні протиріччя, що лежать в його основі, а лише прагне їх пом'якшити та напрацювати компромісне рішення, яке спроможне запобігти подальшій ескалації.

Міжнародний конфлікт є самостійним явищем у системі міжнародних відносин. В процесі розвитку міжнародного конфлікту можуть «корегуватися» ступінь і характер зацікавленості сторін у та його пролонгації, місце значимість конфлікту для кожного учасника, а також кількість учасників (наприклад, підключення нових).

Розуміння природи міжнародних конфліктів є ключовим для розвитку ефективних методів урегулювання та уникнення подальших конфліктів на світовому рівні.

Інформаційні джерела

1. Wright Q. The Study of International Relations. New York, 1955. 543 p.
2. Теорія міжнародних відносин / Чістякова І.М., Кубко В. П., Кудлай І. В., Кривдіна І. Б ДУ ОП, 2021. 223 с.
3. Паламарчук Г. Проблематичність застосування механізмів раннього попередження міжнародних конфліктів на прикладі діяльності ОБСЄ. Міжнародні конфлікти у сучасному світі: від регіонального протистояння до глобального суперництва: матеріали Міжнар. наук. конф., м. Львів, 16 груд.2022 р. Львів, 2022. С. 71-74.



Секція 6
КОМП'ЮТЕРНА ІНЖЕНЕРІЯ ТА КІБЕРБЕЗПЕКА
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ
СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ТА КІБЕРБЕЗПЕКА

Гончаренко П.О., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**
Державний біотехнологічний університет

Стрімкий розвиток і широке застосування інформаційних технологій, як у повсякденному житті, так і в управлінні державою являється основним фактором оригінальності сучасного етапу економічного та науково – технічного прогресу. Інформація та інформаційні технології все більш становляться частиною суспільства і визначають його розвиток.

Взагалі, можна виділити наступні основні завдання інформатизації:

- створення глобального інформаційного простору, що забезпечує інформаційну безпеку;
- створення, вміщення та експлуатація інформаційних систем, інформаційних технологій і інформаційних продуктів загального значення;
- багатогранне забезпечення інформаційних потреб суб'єктів інформаційних відношень;
- підготовка персоналу і проведення організаційних заходів у сфері підвищення їх інформатизованої кваліфікації.

Взагалі, інформаційна безпека складається з цілого комплексу різноманітних дій. Це, насамперед, контроль дій різноманітних суб'єктів бізнес – процесів – рядових співпрацівників підприємств, привілейованих користувачів, ІТ – аутсорсерів, контрагентів. Окрім цього, це чітке розмежування прав доступу всередині компанії, використання резервного копіювання даних, а також наявність простої, зрозумілої і доведеної до розуміння працівників політики безпеки.

Інформаційна безпека являється одним із важливих аспектів інтегральної безпеки, на якому б рівні не розглядалася безпека.

Багато хто вважає, що кібербезпека являється синонімом до терміну «інформаційна безпека», але насправді це помилка, адже кібербезпека являється лише складовою частиною процесу

забезпечення інформаційної безпеки, і вона пов'язана виключно з інформаційними системами.

Взагалі, кібербезпека – це процес, який забезпечує усім властивості конфіденційності, цілісності, доступності, але тільки в деяких абстрактних рамках – на кіберпросторі.

Як зазначає Б.А. Кормич: «кібербезпека — це захищеність встановлених законом правил, за якими відбуваються інформаційні процеси в державі, що забезпечують гарантовані Конституцією умови існування і розвитку людини, всього суспільства та держави»[77].

А ось, наприклад, дослідники під керівництвом В.В. Остроухова визначають кібербезпеку, як: «стан захищеності особи, держави і суспільства, при якому досягається інформаційний розвиток (технічний, інтелектуальний, соціально-політичний, морально-етичний), за якого сторонні інформаційні впливи не завдають їм суттєвої шкоди»[60].

А якщо взяти значення у зарубіжних країнах, то Оксфордський університет дає поняття “cybersecurity” як: “Стан захищеності від кримінального або несанкціонованого використання електронних даних, або заходів, вжитих для досягнення цього”[21].

Як відомо, в умовах глобалізації та стрімкого розвитку інформаційно – комп'ютерних технологій ні одна держава світу не може самотужки забезпечити надійний захист свого цифрового простору. Проте, процес формування міжнародної системи кібербезпеки далекий від завершення і має доволі суперечливий і непередбачений характер, що підвищує значення розвитку двосторонніх відносин в плані передбачення загроз, що породжуються інформаційно – комп'ютерними технологіями.

Проблеми кібербезпеки, особливо у розрізі нещодавніх масштабних атак на комп'ютери підприємств, банків та державних закладів, набули надзвичайну актуальність

Спектр інтересів суб'єктів, що пов'язані з використанням інформаційних систем, можна розділити на наступні категорії:

- забезпечення доступності;
- забезпечення цілісності;
- забезпечення конфіденційності інформаційних ресурсів і підтримуючої інфраструктури.

Крім того, кібербезпека — це стан захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, за якого запобігається нанесення шкоди через:

- неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується;

- негативний інформаційний вплив;
- негативні наслідки застосування інформаційних технологій;
- несанкціоноване розповсюдження, використання і порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації [146].

Організаційні заходи безпеки інформаційних систем прямо чи опосередковано пов'язані з адміністративним управлінням і відносяться до рішень і дій, які застосовуються керівництвом для створення таких умов експлуатації, які зведуть до мінімуму слабкість захисту. Дії адміністрації можна регламентувати по наступних напрямках:

- заходи фізичного захисту комп'ютерних систем;
- регламентація технологічних процесів;
- регламентація роботи з конфіденційною інформацією;
- регламентація процедур резервування;
- регламентація внесення змін;
- регламентація роботи персоналу і користувачів;
- підбір та підготовка кадрів;
- заходи контролю і спостереження[4].

Взагалі, мати уявлення про можливі загрози, а також про уразливі місця, які ці загрози зазвичай експлуатують, необхідно для того, аби обрати найбільш економічні засоби забезпечення безпеки. Варто зазначити, що в галузі кібербезпеки важливо розробити механізми генерації нових рішень, що дозволять адекватно реагувати на погрози кібербезпеки або передбачати нові погрози та вміти їм протистояти.

Інформаційні джерела

1. Корупційні ризики в діяльності державних службовців: роз'яснення міністерства юстиції України від 12.04.2011 р URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/n0026323-11>

2. Каложний Р.А. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності в умовах інформатизації : організаційно-правові питання теорії і практики. К. : Академія державно-податкової служби України, 2002. — 296 с.

3. Oxford Dictionaries. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/us/cybersecurity>

4. Проект Національної стратегії у сфері прав людини станом на 25 березня 2015 року (українською мовою) <http://old.minjust.gov.ua/file/44709>

5. Безпека інформаційних систем та технологій URL: <https://refdb.ru/look/1515966.html>

РОЗРОБКА ШТУЧНОЇ НЕЙРОННОЇ МЕРЕЖІ ДЛЯ СИСТЕМ ЗАХИСТУ ВІД ДРОНІВ

Євдокимов С.О., аспірант
Херсонський державний університет

Сфера застосування безлюдні літаючі апарати, або дрони (далі – БПЛА) сьогодні розширилася. Системи виявлення та протидії несанкціонованого проникнення безпілотних літальних апаратів відіграють важливу безпекову функцію для навколишнього середовища та безпеки громадян. Системи протидії безпілотним літальним апаратам необхідні для захисту приватних територій і власності, об'єктів інфраструктури та державних служб, запобігання терористичним атакам.

Необхідність розробки послідовних стандартів та правил, які, з одного боку, забезпечать простір для захисту від технологій БПЛА та їх широкого застосування в економіці, з іншого боку, забезпечать безпеку громадян та інфраструктуру, яка має ключове значення для безпеки держави. Виробники систем захисту та протидії БПЛА постійно шукають найефективніших інструментів для вирішення цієї проблеми. Поєднання цих факторів послужило поштовхом до розробки захисту від безпілотних літальних апаратів, використовуючи згорткову нейронну мережу. Для вирішення даного завдання ефективно використовувати нейронні мережі в зв'язку з тим, що вони слабо чутливі і мають високу швидкість розпізнавання.

Згорткова нейронна мережа (з англ. convolutional neural network, CNN, LeNet) – тип багатошарової нейронної мережі, яка свою назву «згорткова мережа» отримала за назвою процесу – згортка, вона успішно застосовується до аналізу візуальних зображень. Традиційно задачі розпізнавання образів включають до широкого спектру завдань штучного інтелекту [1, с. 26].

Згорткова штучна нейронна мережа (далі – ШНМ) була представлена в 1998 році французьким дослідником Яном Лекуном, як розвиток моделі неокогнітрон (з англ. neocognitron). Ідея полягає в чергуванні згорткових шарів (С-шар), субдискретизуючих шарів (S-шар) та використанні на виході багатошарового перцептрона, які в цілому утворюють ансамбль спеціалізованих нейромереж [1, с. 27].

Згорткова мережа може бути описана за наступною формулою:

$$(f * g) [m, n] = \sum_{k,l} f_{[m-k, n-l]} \cdot g_{[k, l]}, \quad (1)$$

де f – матриця вихідного зображення, gg – матриця (ядро) згортки.

Виходячи з формули (1) цю операцію можна описати таким чином – вікном розміру ядра gg проходимо із заданим кроком все зображення ff , на кожному кроці по елементною множимо вміст вікна на ядро gg , результат підсумовується й записується в матрицю результату. Операція згортки має на увазі множення кожного фрагмента зображення по елементну на ядро згортки, яке виступає в якості матриці вагових коефіцієнтів, та підсумовування результату. Субдискретизація зменшує розмірності карт ознак. У якості операції стиснення використовується вибір максимального елемента з ядра обходу або їх усереднення.

Для визначення польоту дроном необхідно програмне забезпечення (далі – ПЗ), та апаратна частина повинна вирішити три завдання:

1.Визначити координати дрона у просторі. Використовувати GPS-приймач або обчислювати на борту координати, обробляючи відеопотік алгоритмом SLAM. А краще використовувати обидва підходи, щоб знати як глобальні, так та локальні координати дрону.

2.Побудова 3D-карту оточення дрона за допомогою сенсорів типу стереокамер, камер глибини, лідарів.

3.Додати ПЗ для визначення маршруту з урахуванням мети польоту, поточних координат та карти оточення.

Як було зазначено, навчання ШНМ будеється на обчисленні вагових коефіцієнтів. Використовується Raspberry Pi для того, щоб розрахувати автономний політ дрону. Фрагмент програм, реалізуючи навчання нейронної мережі, приведений нижче, реалізована утилітою Selfcheck.py на Python у вигляді окремих функцій, які можуть бути звільнені запуснені на різних обчислювальних вузлах [3, с. 14]. Для цього ми будемо підтримувати матрицю W розміром $n \times n$.

```
import rospy (2)
from clover import srv
from std_srvs.srv import Trigger
rospy.init_node('flight')
get_telemetry = rospy.ServiceProxy('get_telemetry',
srv.GetTelemetry)
navigate = rospy.ServiceProxy('navigate', srv.Navigate)
```



```

navigate_global = rospy.ServiceProxy('navigate_global',
srv.NavigateGlobal)
set_position = rospy.ServiceProxy('set_position', srv.SetPosition)
set_velocity = rospy.ServiceProxy('set_velocity', srv.SetVelocity)
set_attitude = rospy.ServiceProxy('set_attitude', srv.SetAttitude)
set_rates = rospy.ServiceProxy('set_rates', srv.SetRates)
land = rospy.ServiceProxy('land', Trigger)

# Takeoff to a height of 1 m
navigate (x=0, y=0, z=1, frame_id='body', auto_arm=True)
# Ожидание 3 секунды
rospy. sleep (3)
# Span forward 1 m.
navigate (x=1, y=0, z=0, frame_id='body')
# Wait 3 seconds
rospy. sleep (3)
# Landing
land ()

```

У вихідному формулюванні завдання реалізується, хоч та вимагає значно більше часу та зусиль. Це тягне за собою необхідність тестувати та удосконалювати [4, p. 123].

Сучасні пристрої на основі ШНМ дозволяють оптимізувати роботу мережі й вчасно виявити несанкціоновані БПЛА у повітряному просторі. Згорткові нейронні мережі можуть забезпечувати часткову стійкість до змін масштабу, зсувів, поворотів, зміни ракурсу та інших спотворень. Інтелектуальні системи на основі штучних нейронних мереж дають можливість з успіхом вирішувати проблеми розпізнавання образів, виконання прогнозів, оптимізації, асоціативної пам'яті й управління [с. 2, 9]. Відомі й інші, більш традиційні способи для вирішення цих проблем, проте вони не володіють необхідною гнучкістю за межами обмежених умов. ШНМ дають багатообіцяючі альтернативні рішення, та багато додатків виграють від їх використання. В подальшому, на основі даної теми, є перспективи розробити власні методи, щоб удосконалити процес навчання нейронної мережі по вирішенню завдань розпізнавання образів на основі мережі Хопфілда.

Інформаційні джерела

1. Yann LeCun, J. S. Denker, S. Solla, R. E. Howard and L. D. Jackel: Optimal Brain Damage, in Touretzky, David (Eds), Advances in Neural Information Processing Systems 2 (NIPS*89), Morgan Kaufman, Denver, CO, 1990

2. Руденко О.Г., Бодянский С.В. Штучні нейронні мережі: Навч. посібник. - Харків: ТОВ “Компанія СМІТ”, 2006. - 404 с.

3. Євдокимов С.О. Згорткові нейронні мережі для розпізнавання образів // Інформаційні технології в моделюванні: Матеріали III-ої всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (22-23 березня 2018 р., м. Миколаїв). – Миколаїв: МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2018. – 175 с.

4. David M. Beazle. Python Cookbook: Recipes for Mastering Python 3 / David M. Beazle, Brian K. Jones., 2013. – 706 с. – (O'Reilly Media).

РОЗРОБКА ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ГІДРОПОННОЇ СИСТЕМИ

Коваленко А.М., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – ст. викл. **Д.М. Ковальчук**
Державний біотехнологічний університет

Вирішенням продовольчої проблеми у світі має стати технологія майбутнього на основі застосування сучасних методів, цифрової трансформації та інтелектуалізації виробництва. Одним із таких рішень є розробка та впровадження автоматизованих гідропонних систем різної модифікації з використанням віддаленого та автоматичного контролю параметрів мікроклімату для створення оптимальних умов вирощування рослин. Провідні дослідники передових фірм Японії та Нідерландів, які працюють в галузі захищеного ґрунту вважають, що фермери майбутнього мають вирощувати свої рослини у теплицях майбутнього «міських фермах» та в підземних оранжереях, а не на полях. При цьому якість вирощених овочів та зелені стане краще. Складні алгоритми стануть контролювати оптимальні умови для кожного виду рослин таким чином, що врожайність зросте в 3 рази порівняно з найкращими сьогоднішніми теплицями, та в 40 разів – у порівнянні з відкритим ґрунтом. Ферми матимуть багатоярусну структуру, в якій виробничі стелажі будуть розміщені по ярусах – один вище за інший, тим самим заощаджуючи простір. Усі вчені сходяться в одному, що майбутнє захищеного ґрунту - це автоматизовані гідропонні технології з високим рівнем цифровізації.

Переваги гідропонної технології очевидні, перш за все, в збільшенні врожайності всіх сільськогосподарських культур, зменшенні трудових затрат на догляд за рослинами, великих можливостей по автоматизації та інтелектуалізації багатьох процесів з регулювання

параметрів основних життєво необхідних факторів довкілля, скорочення витратних матеріалів.

Буйне зростання рослин, що має місце в гідропоніці, передбачає споживання великої кількості води за рахунок транспірації – процесу руху води через рослину та її випаровування через листя, стебла, квіти і т.д. Але вода не зникає в ґрунті або при випаровуванні, тому економія води, в порівнянні з зростаючими в ґрунті рослинами колосальна. З цієї ж причини мінеральні речовини не губляться у ґрунті, мігруючи та забруднюючи підземні та поверхневі водоймища. Також у гідропонних установках відсутня необхідність боротьби з бур'янами та відповідно застосування гербіцидів [1].

Тому створення максимально автономних гідропонних установок для малого бізнесу, наприклад, для вирощування полуниці чи салатів взимку на території України, шляхом впровадження сучасних електронних датчиків для контролю життєво важливих параметрів середовища та систем управління на основі мікропроцесорної техніки є актуальною задачею.

Мета роботи – розробки та дослідження автоматизованої гідропонної системи.

Автоматизована система керування мікрокліматом теплиці побудована на мікроконтролері ATmega8L-8PU. ATmega8L-8PU – це невелика плата з власним процесором та пам'яттю.

Мікроконтролер у системі керування гідропонною теплицею повинен виконувати наступні завдання:

1. Зчитувати показання електронних датчиків, наприклад, рН, температури та вологості.
2. Здійснювати керування освітленням та електричним насосом.
3. Передавати інформацію про стан теплиці через мережу Wi-Fi на смартфон, ноутбук або персональний комп'ютер, забезпечувати прийом та виконання команд оператора.

Недорогі датчики кислотності середовища, поширені на ринку у наш час використовують аналоговий вихідний сигнал. Звичайно, існують спеціальні лабораторні вимірювачі із засобами індикації або навіть цифрового інтерфейсу зв'язку з комп'ютером, однак їх відрізняє вища ціна. Пропонується використовувати можливість підключення стандартного рН-зонда з коаксіальним радіочастотним роз'ємом з байонетною фіксацією (або BNC конектор) та мікроконтролер з вбудованим аналого-цифровим перетворювачем. Для відстеження значення температури пропонується використати цифровий датчик температури DS18B20.

Обраний мікроконтролер ATmega8L-8PU має виходи цифрових портів введення-виводу для керування електронасосом, світильником, опитуванням датчика температури та обміну інформацією з Wi-Fi. Електронасос і світильник комутуються за допомогою реле, а обмін даними з модулем Wi-Fi здійснюється по послідовному інтерфейсу та з використанням лінії RX та TX. Обмін інформацією по Wi-Fi здійснюється за допомогою модуля ESP8266.

Висновок. У роботі розроблена та досліджена автоматизована гідропонна система; виділено три основні електричні модуля: насос, система освітлення та система управління. Розроблена апаратна частина системи управління з використанням сучасної елементної бази, що дозволяє керувати теплицею дистанційно за допомогою смартфон або комп'ютера підключеного до мережі. Зроблено обґрунтований вибір всіх елементів схеми: мікроконтролера, модуля Wi-Fi, датчиків, блоку живлення та комутації насоса та світильника. Система управління відлежує параметри середовища за допомогою датчиків трьох видів: рН, температури та електропровідності та повідомляє їх користувачеві через web-сервер, організований за допомогою ESP8266.

Інформаційні джерела

1. Алієв Е.А. Вирощування овочів у гідропонних теплицях. - 2-ге видання - Київ: Урожай, 1985. - 160 с.

РОЗРОБКА ТА ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ АВТОМАТИЗОВАНОГО ПОЛИВА

Мігяшкіна М.С., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – ст. викл. **Д.М. Ковальчук**
Державний біотехнологічний університет

У сучасному світі, який швидко розвивається, та де щодня відбуваються нові відкриття в науці та техніці для покращення рівня життя людини та автоматизації процесів у різних сферах діяльності людини. Нині є чимало пристроїв та приладів, які дають можливість зробити життя людини простіше на роботі чи вдома, а також економити час та гроші. Дані прилади людина використовує як удома, так і на роботі, де автоматизація процесів один з головних критеріїв підвищення ефективності роботи людини та виробництва.

Економіка багатьох країн залежить від сільського господарства. В цьому дослідженні важливо зосередитися на деяких життєво

важливих характеристиках, таких як кількість спожитої електроенергії, а також водопостачання та відповідний графік для поливу сільськогосподарських культур. Фермери стикаються з проблемами в досягненні цих стандартів, тому актуальною є задача розробки системи автоматизованого поливу. Це необхідно для зменшення кількості працівників, які обслуговують промислові теплиці, підвищить контроль якості, зменшить кількість використовуваної води для поливу що відповідно зменшить кількість електрики, що споживається, також ця система здатна збільшити сільськогосподарське виробництво, а також звести до мінімуму ручне втручання людини у автоматичну систему поливу рослин. Всі ці перераховані особливості роблять це дослідження необхідними для покращення ефективності сільського господарства та зменшення ручної праці.

Мета роботи – розробка та дослідження системи автоматизованого полива.

В роботі пропонується розробити принципову схему системи автоматизованого полива, а також написати програмний алгоритм роботи системи у середовищі Arduino IDE на базі використання контролера Arduino UNO, з можливістю віддаленого доступу з допомогою мереж Internet, та промоделювати проекту у програмі Tinkercad.

Структурна схема системи автоматизованого полива складається з чотирьох блоків:

1. блок живлення пристрою;
2. блок датчиків, що складається з таких модулів: вимірювання параметрів ґрунту, вимірювання рівня води, вимірювання температури та вологості навколишнього середовища, вимірювання температури ґрунту, ESP8266, модуль реального часу;
3. Блок управління представлений Arduino UNO;
4. Блок управління двигунами, що складається з трьох двигунів: двигун, що відповідає за полив рослин, двигун управління вентиляцією, двигун забору води, двигун для підігріву ґрунту.

Розглянемо докладніше кожен із блоків структурної схеми, та проаналізуємо роботу всієї системи.

Блок живлення складається з акумуляторної батареї який підключається до блоку керування мікросхеми. Завдяки якому і здійснюється живлення всього пристрою. Блок датчиків складається з трьох типів датчиків: датчики вимірювання вологості ґрунту, вимірювання рівня води та вимірювання температури та вологості повітря. Завдяки даним датчикам здійснюється контроль оптимальної

системи функціонування пристрою для підвищення вирощування рослин. Блок Arduino UNO представляє мікроконтролер, який отримує зібрану інформації з датчиків і зберігає її в пам'ять, і подає сигнали на блок керування двигунами. Мікроконтролер – це спеціальна мікросхема, що використовується для контролю за різними електронними пристроями. Мікроконтролер поєднує в собі мікропроцесор, оперативно-запам'ятовуючий пристрій, постійно-запам'ятовуючий пристрій та різну периферію всередині одного корпусу. Для різних моделей платформи Arduino використовуються різні мікросхеми, для Arduino UNO використовується мікроконтролер ATmega 328. Завдяки цьому блоку здійснює роботу всього пристрою. Також використовуватиметься мікроконтролер ESP 8266 який необхідний для створення віддаленого доступу до автоматизованого поливу [1].

В середовищі Arduino IDE написана програма поливу для різних сільськогосподарських рослин, після чого в середовищі Tinkercad було зроблено моделювання системи автоматичного поливу рослини. Це необхідно для перевірки написаної програми, тому що якщо щось написано неправильно можна пошкодити комплектуючі, а дана програма дає можливість перевірити працездатність програми.

Висновок. В роботі запропонована система автоматизованого полива рослин, яка надалі зможе зменшити обсяг ручної праці та підвищити автоматизацію в сільському господарстві.

Інформаційні джерела

1. Arduino. URL: <https://www.arduino.ua/>

РОЗРОБКА ПРОГРАМНО-АПАРАТНИХ МОДУЛІВ АВТОМАТИЗОВАНОЇ СИСТЕМИ КЕРУВАННЯ МІКРОКЛІМАТОМ ТЕПЛИЦІ

Олешко Д.М., здоб. ОС «магістр»
Науковий керівник – ст. викл. **Д.М. Ковальчук**
Державний біотехнологічний університет

У суспільстві дедалі частіше увагу приділяється якості життя людей. Поняття якості життя включає таку область, як харчування, яке має велике значення для комфортного життя людини, яка надалі впливає на розвиток суспільства. Одним із способів забезпечити людину їжею є сільське господарство.

Все більше технологій з'являється для розвитку цієї галузі, особливо це помітно для рослинництва у закритому ґрунті, тобто теплиці. Для цього розробляються нові системи посадки, моніторингу процесу зростання; обладнання для збору врожаю, обробки, пакування та зберігання.

Нововведенням у цій галузі є розробка розумних теплиць чи агроферм. Це спрямовано на отримання якісного врожаю, підвищення екологічності виробництва та зниження кількості затрачених ресурсів. Застосування розумних теплиць в Україні є досить актуальним та прибутковим. Все частіше можна зустріти промислові агрокомплекси, які використовують до технологію розумних теплиць.

Автоматизація теплиць передбачає відстеження та керування кліматичними параметрами, які можна регулювати. Автоматизація підтримки мікроклімату сприяє кращому зростанню та підвищенню врожайності, а також зменшує витрати на ручну працю. Виникає необхідність високої степені автоматизації та механізації технологічних процесів вирощування сільськогосподарських культур в теплиці.

Тому актуальною є задача розробки програмно-апаратних модулів автоматизованої системи керування мікрокліматом теплиці. А якщо система матиме низьку вартість і є легкою в управлінні, то вона була б доступною практично всім потенційним користувачам і застосовувалася б не лише в промислових масштабах, а й для приватних господарств.

Ціль роботи – розробка програмно-апаратних модулів автоматизованої системи керування мікрокліматом теплиці.

Автоматизована система керування мікрокліматом теплиці побудована на технології Інтернету речей [1]. Запропоноване рішення полягає в автоматизації технологічних процесів у теплиці за допомогою апаратної обчислювальної платформи Arduino UNO. Arduino UNO – це невелика плата з власним процесором та пам'яттю. Ця платформа є універсальною і має порівняно невелику ціну [2].

Технічне рішення включає оптимізацію процесів керування вологістю, освітленням та температурою, для цього використовуються, відповідно, датчики вологості, світла (фоторезистори) та температури. В якості датчика вологості та температури пропонується використати датчик DHT22. Датчик DHT22 складається з двох основних частин: ємнісний датчик вологості та термістор. Також у корпусі встановлений простенький чіп для перетворення аналогового сигналу на цифровий. В сонячну погоду підвищення температури можливе вище за номінальне значення, датчик температури передає на Arduino відповідний сигнал. залежно від якого спрацює програма, яка

закладена у процесор, і преведе у запуск вентиляційні установки для зниження температури і провітрювання теплиці. При зниженні температури нижче за номінальну, наприклад, в холодну пору року, автоматично вклячатся обігрівальні пристрої разом з вентиляційною системою для швидкої конвекції повітря, і так само вимкнуться при досягненні потрібної температури. В управлінні вологістю використовується датчик вологості і зволожувач повітря. Принцип дії наступний, при зниженій вологості вклячатися розпилювач, що зволожує повітря.

Для контролю рівнем освітленості використовуються фоторезистори. Фоторезистори дають можливість визначати інтенсивність освітлення. Вони маленькі, недорогі, вимагають мало енергії, легкі у використанні, практично не схильні до зносу. Фоторезистори реагують на природне освітлення, при його нестачі за контрольним сигналом управління, вклячатимуться спеціальні світлодіодні лампи, що компенсують нестачу денного освітлення.

Інформацію про стан мікроклімату в теплиці можна відслідковувати віддалено та вносити коригування до програм управління всіма процесами, це рішення дозволить економити час та кошти.

Висновок. В роботі запропоновано програмно-апаратне забезпечення автоматизованої системи керування мікрокліматом теплиці. Практична значимість такого програмно-апаратного забезпечення те, що воно може бути легко впроваджено у вже існуючі тепличні комплекси

Інформаційні джерела

1. Інтернет речей URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет_речей
2. Arduino. URL: <https://www.arduino.ua/>

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Островський О.Т., здоб. ОС «бакалавр»

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

Сучасний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) зумовив реалізацію ідеї вимірювань, контролю та діагностики необхідних фізичних величин навколишнього середовища, технологічних процесів промислових виробництв тощо [1–2]. Такий об'єм застосування вимірювальної техніки вимагає рішень, що

відносяться до збору, передачі та обробки інформації. Розробляються і впроваджуються мережеві рішення (мережі WLAN, LAN, MAN, WAN, Wi-Fi, Bluetooth, ZigBee тощо) з урахуванням практичного досвіду реалізації інформаційно-комунікаційних технологій у концепцію інтернету речей (IoT), що є обчислювальною мережею фізичних об'єктів. У цих рішеннях домінують детерміністичні методи доступу до мережі.

Концепцію IoT вважають домінуючим світовим технологічним трендом. Будь-який пристрій, що зараз використовується, може стати частиною Інтернету речей і виконувати нові функції. Отже, інтернет речей вважається рушійною силою четвертої промислової революції. В той час, коли кількість IoT-пристроїв перевищила кількість інтернет-користувачів, світ поступово перейшов у нову фазу розвитку технологій – фазу IoT. Потужні IT-компанії світу, такі як Intel, Google та IBM, розпочали масштабні ініціативи на ринку інтернету речей і займають лідируючі позиції в цій сфері.

На основі прогнозних даних агентства «IoT Analytics» до 2025 р. кількість пристроїв IoT становитиме 22 мільярди (у світі на даний час налічується більш як 12 мільярдів). У цьому контексті «International Data Corporation» свідчить: за кількістю пристроїв підключених до IoT досягнуть 42 мільйонів до кінця 2023 р. та припускає, що до 2025 р. їхня кількість перевищить 100 мільйонів. Світовий ринок технологій інтернету речей з використанням мобільних мереж, за прогнозами аналітичної компанії «Juniper Research», зросте до 61 млрд. доларів США у 2026 р. Це зростання буде зумовлене впровадженням 5G та бездротового доступу з низьким енергоспоживанням (LPWA), які дадуть змогу пристроям функціонувати практично будь-де.

Інтернет речей – це технологія, яка об'єднує пристрої у комп'ютерну мережу та дає їм змогу збирати та аналізувати, обробляти та передавати дані іншим об'єктам за допомогою програмного забезпечення, застосунку та технічних пристроїв. Інфраструктура даних пристроїв представлена сукупністю апаратного, програмного забезпечення та комунікацій. Системи інтернету речей зазвичай складаються з мережі розумних пристроїв та хмарної платформи. Насамперед відбувається збір та аналіз даних, а потім вони надходять у хмару. IoT на сьогодні використовується в багатьох сферах діяльності людей: бізнесі, охороні здоров'я, промисловості, логістиці тощо для зниження трудомісткості та полегшення виробничих процесів, а також економії часу. Тому всі пристрої в різних інфраструктурних системах (в тому числі критично важливих) повинні обмінюватися інформацією один з одним і, в залежності від

результатів, приймати рішення і реалізовувати конкретні дії. Фактично IoT може бути ефективним інструментом прийняття управлінських рішень.

В сучасних умовах сфери людської діяльності використовують широкий спектр взаємопов'язаних пристроїв із застосуванням спеціалізованих та сенсорних мереж: «розумні застосунки», «розумне виробництво», «розумне довілля», «розумний будинок», «розумна енергетика», «розумне фінансування» тощо. При цьому концепція IoT включає такі взаємозалежні аспекти, як безпека інтернету речей, масштабування інтернету речей, а також технічні рішення щодо зниження енергоспоживання.

Проведемо аналіз протоколів IoT [3–7]:

- MQTT (MQ Telemetry Transport): протокол для збору даних пристроїв та передачі їх серверів (D 2S). Компактний протокол для обміну повідомленнями, що реалізує моделі «публікація / підписка» та «запит / відповідь» і призначений для зв'язку комп'ютеризованих пристроїв, підключених до локальної або глобальної мережі, між собою та різними громадськими або приватними веб-сервісами. Зараз використовуються дві версії: MQTT 3.1.1 і MQTT 5.0.

- AMQP (Advanced Message Queueing Protocol): система організація черг для з'єднання між собою серверів (S 2S). Це вдосконалений протокол черги повідомлень, який іноді називають протоколом fo T. Як випливає з назви, AMQP - це протокол, що працює тільки з чергою. Він передає транзакційні повідомлення між серверами. Протокол може обробляти тисячі транзакцій в одній черзі.

- XMPP (Extensible Messaging and Presence Protocol): відкритий протокол зв'язку, що використовується для з'єднання пристроїв з людьми, окремий випадок D 2S-схеми, коли люди з'єднуються з серверами. Розширюється протокол обміну повідомленнями та інформацією про присутність. Він був розроблений для миттєвого обміну повідомленнями для зв'язку між людьми за допомогою текстових повідомлень.

- DDS (Data Disturbing Service): швидка шина для інтегрування інтелектуальних пристроїв (D 2D); розроблений для мереж, що потребують розподіленого навантаження.

Широке впровадження IoT пересікається зі складними технічними та організаційними проблемами, в тому числі пов'язаними зі стандартизацією. Інтернет речей поки що не має єдиних стандартів, що ускладнює інтеграцію рішень, які пропонуються на ринку, і суттєво стримує появу нових рішень. До факторів, що уповільнюють розвиток Інтернету речей, можна віднести складності переходу існуючого

Інтернету на нову шосту версію мережевого протоколу IP, головним чином через великі фінансові витрати, необхідні операторам і постачальникам послуг для модернізації свого мережевого обладнання.

На основі аналізу комунікаційних протоколів, які можуть бути використані в концепції IoT, зробимо спробу визначити їх переваги та недоліки й обґрунтувати особливості їх застосування для конкретних потреб. Ці недоліки IoT негативно впливають на його базову функціональність. Зокрема, його використання в контексті моніторингу, окрім питань безпеки, пересікається з проблемою колізій при масштабуванні та високих енергетичних вимогах відомих рішень, здебільшого детермінованих.

У табл. 1 зведені переваги та недоліки бездротових технологій, які можуть бути використані в концепції IoT, а також у сфері їхнього потенційного застосування.

Таблиця 1 – Переваги та недоліки основних технологій концепції IoT

Технічні характеристики	Wi-Fi (IEEE 802.11)	Wi-Fi HaLow (IEEE 802.11 ah)	ZigBee (IEEE 802.15.4)	Z-Wave	Bluetooth LE (Bluetooth 4.0)
Частота	2,4 GHz, 5 GHz, 6 GHz	900 MHz	915 MHz/2,4 GHz	900 MHz	2,4 GHz
Швидкість передачі	6,77 Gbps	50 Kbps -18 Mbps	250 Kbps	10-100 Kbps	< 1 Mbps
Дальність дії	До 100 м	До 1 км	100 м/ Mesh	30 м / Mesh	80 м
Діапазон ISM	Так	Так	Так	Так	Так
E2E шифрування	Так	Так	Так	Так	Так
Повна двоспрямованість	Так	Так	Так	Так	Так
Підтримка сенсорів, які рухаються між хабами	Так	Так	Так	Так	Так
Масштабованість	Так	Так	Так	Обмежена	Так
Автентифікація	Так	Так	Так	Так	Проблематично
Енергоспоживання	Високе	Знижене	Низьке	Низьке	Низьке

Проведемо аналіз та порівняння моделей передачі даних для системи «розумного будинку». «Розумний будинок» є автоматизованою системою, яка складається із сукупності датчиків, виконавчих механізмів, які можуть виконувати певні дії, та програмного забезпечення [8], що виконує конкретні щоденні завдання без втручання людини, систематично зберігаючи та обробляючи дані протягом певного періоду часу. Управління «розумним будинком» передбачає кілька видів обміну даними, в тому числі між елементами системи, а також між користувачем і системою. Між елементами системи обмін даними відбувається за допомогою дротового й бездротового зв'язку з використанням різних протоколів. Для передачі даних в межах системи «розумний будинок» поширеними є протоколи: для дротового зв'язку використовується протоколи X10, C-Bus; для бездротового – Z-Wave, ZigBee, Wi-Fi, Thread, Bluetooth Low Energy (BLE).

Кожна з цих технологій має свої переваги і недоліки, але бездротова технологія вважається більш технологічно просунутою, оскільки вона пропонує більший потенціал в ході роботи з технологією «розумного будинку».

Інформаційні джерела

1. Ostrovska Halyna, Ostrovskyy Oleksandr. Digital management in the innovative development of industrial enterprises. Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky national university. Economic sciences. 2023. Vol. 27. № 1–2. С. 34–42.

2. Островська Г.Й., Островський О.Т. Штучний інтелект в умовах сучасних підприємств та маркетингових кампаній: ефективні інструменти та перспективи розвитку. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7, № 3. С. 66–82. Doi: 10.15276/mdt.7.3.2023.5

3. Understanding IoT Protocols – Matching your Requirements to the Right Option. URL: https://solace.com/blog/usecases/understanding-iot-protocols-matching-requirements-right-option?utm_source=adroll&utm_medium=cpc&utm_campaign=iot&utm_content=25

4. Fahier N., Fang W.-C. An Advanced Plug-and-Play Network Architecture for Wireless Body Area Network Using HBC, ZigBee and NFC. IEEE International Conference on Consumer Electronics (ICCE). 2014. С. 165–166.

5. Recommendation Y.4000/Y.2060 (06/12). URL: <https://www.itu.int/rec/T-REC-Y.2060-201206-I>

6. Довгий С. Сучасні телекомунікації. Мережі, технології, безпека, економіка, регулювання К.: Азимут-Україна, 2013. 608 с.

7. Технологія Bluetooth Protocols. URL: http://wiki.kspu.kr.ua/index.php/Технологія_Bluetooth

8. ТОП 5 надійних та якісних систем «Розумний будинок» рейтингу. URL: <https://vencon.ua/ua/articles/rejting-sistem-umnyy-dom-po-proizvoditylam>

КОМПЛЕКСНІ ЗАХОДИ З КІБЕРБЕЗПЕКИ ТА ІНЖЕНЕРІЇ ДЛЯ ЗАХИСТУ КІБЕРФІЗИЧНИХ СИСТЕМ

Скидан В.Л., здоб. ОС «магістр»

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

Cyber-physical systems (CPS) є життєво важливими компонентами в різних сферах критичної інфраструктури, включаючи національну електромережу, транспорт, охорону здоров'я та оборону. Ці системи вимагають високого рівня стабільності, продуктивності, ефективності та надійності. Однак, через свою складність та кібер-фізичний зв'язок, вони є вразливими до загроз порушення безпеки, коли люди, процеси чи технології зазнають атак або системи управління ризиками виявляються недосконалими. Зловмисники часто націлені на конфіденційні дані, що робить захист CPS надзвичайно важливим [1]. Оскільки використання CPS продовжує зростати, загрози для цих систем ймовірно, збільшуватимуться. Щоб зменшити втрати та забезпечити відновлення після потенційних атак, організації повинні впроваджувати ефективні заходи кібербезпеки. Для контролю та відновлення після атак та їхніх наслідків дуже важливо мати інформацію від експертів з досліджень та галузевих експертів.

Управління ризиками безпеки, пов'язаними з CPS, є безперервним процесом. Він включає в себе розуміння рейтингів ризиків, впровадження правильних процесів і засобів контролю на основі рівня толерантності організації до ризиків, а також вжиття коригувальних заходів у відповідь на події. Управління ризиками відіграє вирішальну роль у виявленні та проактивному вирішенні потенційних управлінських і технічних проблем [2]. Однак управління ризиками в CPS є складним завданням через складність систем, мінливі рівні ризиків, загрози людського фактору та можливість каскадних збоїв. Загрози в одній частині CPS можуть поширюватися на інші частини через взаємопов'язаність галузей нейронних мереж та комп'ютерної кібербезпеки. З ростом нашої залежності від технологій зростає і потреба в безпечних системах. Комп'ютерні інженери займаються проектуванням та розробкою апаратних та програмних систем, а професіонали з кібербезпеки грають важливу роль у забезпеченні їхньої безпеки. В сучасну цифрову епоху взаємодія між цими двома галузями є дуже важливою.

З урахуванням зростання кількості кіберзагроз, вирішення проблем безпеки стало пріоритним для організацій по всьому світу. Це

передбачає впровадження надійних заходів безпеки, таких як брандмауери, технології шифрування та безпечні практики кодування. Крім того, у сфері кібербезпеки зловмисники використовують різні загальні вектори загроз для використання вразливостей в інформаційно-комунікаційних системах. Розуміння цих векторів має вирішальне значення для розробки ефективних контрзаходів і захисту від потенційних загроз. Деякі з найпоширеніших векторів загроз включають:

- шкідливе програмне забезпечення, в тому числі віруси, хробаки, трояни та програми-вимагачі, які можуть проникати в системи через заражені файли, завантаження або вкладки електронної пошти, ставлячи під загрозу дані та цілісність системи;

- фішингові атаки, які часто пов'язані з оманливими електронними листами або веб-сайтами, виманюють у користувачів конфіденційну інформацію, наприклад, наприклад, паролі або дані кредитних карток, видаючи себе за довірені особи;

- атаки типу «відмова в обслуговуванні» (DoS) та «розподілена відмова в обслуговуванні» (DDoS), ці атаки перевантажують мережеві ресурси або послуги, роблячи їх недоступними для законних користувачів;

- інсайдерські загрози, особи з авторизованим доступом до систем можуть становити загрозу, навмисно чи ненавмисно порушуючи безпеку, здійснюючи витік конфіденційної інформації або беручи участь у зловмисних діях;

- вразливості нульового дня, зловмисники націлені на невиявлені вразливості програмного забезпечення, експлуатуючи їх до того, як розробники встигнуть випустити виправлення або оновлення.

Щоб проілюструвати реальні наслідки цих поширених векторів загроз, розглянемо декілька прикладів:

- WannaCry поширилася по всьому світу, використовуючи відому вразливість у системах Windows. Він шифрував файли користувачів і вимагав викуп за розшифрування. Від цієї атаки постраждали лікарні, підприємства та державні установи, що підкреслило важливість негайного застосування патчів безпеки [3].

- Витік даних LinkedIn 2012 році LinkedIn зазнав значного витоку даних, в результаті якого були розкриті облікові дані понад 100 мільйонів користувачів. Порушення стало результатом поєднання слабого зберігання паролів і неналежних заходів безпеки, що підкреслює необхідність надійного управління паролями та шифрування.

- Порушення даних цільової роздрібної торгівлі 2013 році кіберзлочинці викрали інформацію про кредитні картки з систем торгових точок Target. Порушення сталося через скомпрометовані облікові дані постачальника HVAC, що демонструє ризики, пов'язані з уразливістю ланцюгів постачання. Ці реальні приклади демонструють відчутний вплив поширених векторів загроз і підкреслюють необхідність проактивних заходів кібербезпеки, включаючи регулярні оновлення, навчання співробітників і надійний контроль доступу [3].

Тож, можна зробити висновок, що критичні об'єкти інфраструктури стають все більш вразливими до кібератак, які можуть порушити бізнес-операції та вплинути на зацікавлені сторони. Інтегрована система управління ризиками кібербезпеки для об'єктів критичної інфраструктури може систематично аналізувати ризики та пропонувати плани контролю над ними, забезпечуючи безперервність бізнесу. Кожна критична інфраструктура повинна впровадити ефективний процес управління ризиками, щоб захистити зацікавлені сторони від фінансових, організаційних та репутаційних втрат.

Інформаційні джерела

1. Türkmen, E.; Soyer, A. The Effects of Digital Transformation on Organizations. In Handbook of Research on Strategic Fit and Designin Business Ecosystems: Advances in E-Business Research; IGI Global: Hershey, PA, USA, 2020; pp. 259–288.
2. Hess, T.; Matt, C.; Benlian, A.; Wiesböck, F. Options for Formulating a Digital Transformation Strategy. MIS Q. Exec. 2016, 15,123–139.
3. Preventing WannaCry Ransomware (WCRY) attack using Trend Micro Products. URL:https://success.trendmicro.com/dcx/s/solution/1117391-preventing-wannacry-wcry-ransomware-attacks-using-trend-micro-products?language=en_US&sfdcIFrameOrigin=null

ЗМІСТ

Секція 1

РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ: ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЇ І ЦИФРОВІ РІШЕННЯ

Fadieiev D.V. (Scientific supervisor Н.М. Коптієва) Integration prospects of ukraine to the EU.....	3
Адамян В.Я. (Керівн. Г.С. Морозова) Фінансове забезпечення сталого розвитку економіки.....	5
Андрущенко Н.В. (Кер. Г.С. Морозова) Проект впровадження е-гривні в Україні та її вплив на розвиток економіки.....	8
Білоусько Р.С. (Кер. В.М. Петров) Цифрові технології в галузі рослинництваУкраїни: стан та перспективи.....	11
Білоусько Т.Ю. Запровадження цифрових технологій в повоєнному відновленні аграрного сектору України.....	13
Василішин С.І., Можелянська А.В. Галузь тваринництва як складова продовольчої та соціально-економічної безпеки: наслідки війни в Україні.....	15
Водолазький К.О., Сокол Е.В. (Кер С.В. Руденко) Особливості діяльності аграрних підприємств в умовах воєнного стану: проблеми та шляхи їх подолання.....	18
Герасименко Ю.С. Забезпеченість галузей національного господарства кваліфікованими кадрами в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення.....	20
Гученко К.В. (Кер. С.С. Мірошніченко) Економічне навантаження на держбюджет при розслідуванні злочину дезертирство в умовах воєнного стану.....	23
Єфремов А.О. (Кер. Д.В. Ковальов) Роль державних інструментів у підтримці національної економіки під час війни...	25
Єфремов А.О. (Кер. А.В. Микитась) Огляд економічних проблем та можливостей цифрового розвитку України.....	28
Кемза Р.Г. (Кер. О.В. Мандич) Цифрові технології як інструмент підвищення санаційної спроможності підприємства..	32
Кузьменко Я.І., Кузьменко І.І., (Кер. Каленік К.В.) Цифрова дистрибуція послуг у готельно-ресторанному бізнесі.....	35
Карпенко Н.В. (Кер. О.В. Горох) Ефективність управління дебіторською заборгованістю на підприємстві.....	38
Коваль Ю.І. (Кер. О.В. Горох) Управління прибутковістю підприємства.....	40

Кулик А.В (Кер. Г.М. Копцева) Повоєнне відновлення країни та цифрові рішення.....	42
Литвин Ю. (Кер. Л.М. Зомчак) Дистрибутивно-лагова модель залежності величини валового національного доходу від валового прибутку України.....	45
Мазоренко М.В. (Кер. Л.А. Поливана) Діджиталізація як інструмент оптимізації обліку отримання благодійної та гуманітарної допомоги підрозділами збройних сил України.....	48
Паккі А.Г (Кер. Т.Ф. Ларіна) Цифрові технології як фактор вдосконалення бізнес-процесів.....	50
Пересада Н.О. (Кер. О.Д. Тімченко) Стратегічний аналіз діяльності українського підприємства в умовах воєнного стану.....	53
Полівода Н. (Кер. Л.М. Зомчак) Моделювання загальної площі житлових будівель в розрізі регіонів України.....	57
Проценко Є.В. (Кер. О.В. Горох) Ефективність управління основними засобами підприємства.....	60
Резніченко В.С. (Кер. О.В. Горох) Управління грошовими потоками підприємства та їх оптимізація.....	62
Сичова В. А. (Кер. І.С. Андрющенко) Аналіз перспектив повоєнного розвитку електроенергетичного сектору України.....	64
Черкашина Ю.В. (Кер. О.М. Таран) Цифрова спроможність територіальної громади.....	67
Шавурська О.В. Роль податків і зборів у формуванні зведеного бюджету країни.....	70
Яценко В.В. (Кер. І.В. Нестеренко) Тенденції розвитку підприємств електронного бізнесу в умовах цифровізації.....	72

Секція 2

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ЗА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Pryshliak D. (Superisor O.Hirzheva) The role of the electronic administrative services system.....	76
Petrusevych G. Długoterminowe inwestycje portfelowe: doświadczenie mondragon (Hiszpania).....	79
Абрамова М.С. (Кер. О.П. Близнюк) Особливості формування капіталу та діяльності акціонерних товариств актуальні питання обліку витрат на збут.....	82

Балахороглу К.С. (Кер. Т.О. Ставерська) Світові тренди фінтеху та переваги їх використання у банківській системі України.....	84
Бобовніков О.А. (Кер. О.В. Жиликова) Необхідність та особливості кіберстрахування.....	86
Бутаєв О.О. (Кер. О.В. Жиликова) Особливості інвестиційної діяльності страхових компаній.....	88
Волощук О.В. (Кер. О.В. Жиликова) Особливості діджиталізації страхових послуг.....	90
Голод В.В. (Кер. М.О. Євдокімова) Система безготівкових розрахунків в Україні.....	92
Гуназа А.Д. (Кер. Р.М. Остапенко) Фінансовий механізм збалансованого розвитку України.....	95
Додіван М.О. (Кер. О.В. Жиликова) Сучасні тенденції розвитку цифровізації у страхуванні.....	98
Дубина В.В. (Кер. М.О. Євдокімова) Позиковий капітал підприємства та управління ним.....	100
Дудка В.В. (Кер. О.П. Близнюк) Сутність та класифікація фінансових ризиків господарської діяльності підприємства.....	103
Дяченко Д.О. (Кер. Г.Г.Лисак) Банківська діяльність в умовах цифровізації економіки.....	105
Здоровий М.П. (Кер. Г.С. Морозова) Використання штучного інтелекту в банківській сфері.....	107
Іванова О.С. (Кер. Г.Г.Лисак) Система управління фінансовою стійкістю підприємства.....	110
Іванюта М.О. (Кер. О.П. Близнюк) Стратегія розвитку фінтех-екосистеми в Україні.....	112
Ісанько М.А. (Кер. Г.О.Нагасва) Функціонування кредитного ринку України в сучасних умовах.....	115
Карпенко Н.В. (Кер. О.В. Горох) Механізм забезпечення ефективності управління дебіторською заборгованістю на підприємстві.....	117
Карпінський О.Ю. (Кер. О.П. Близнюк) Формування фінансового потенціалу підприємства та методи його діагностики.....	119
Кишинський Д.О. (Кер. Г.Г.Лисак) Теоретичні аспекти управління потенціалом фінансово-економічної стійкості суб'єктів господарювання.....	121
Коваль Ю.І. (Кер. О.В. Горох) Сучасні підходи до управління прибутком підприємства.....	123

Козьміна К.В., Юхимук І.А. (Кер. О.Г. Малій) Цифрова трансформація фінансів: нові можливості для бізнесу.....	125
Кузьменко Є.А. (Кер. Г.О. Нагасва) Особливості функціонування договорів страхування в умовах воєнного стану	127
Курдоглянець Н.О. (Кер. А.В. Микитась) Удосконалення методів оцінки та визначення факторів зміни фінансового стану...	130
Лацик А.О. (Кер. М.О. Євдокімова) Особливості управління фінансовими ресурсами підприємств.....	133
Лопачук А.А., Шевченко Є.О. (Кер. О.Г. Малій) Цифровізація бізнесу: як автоматизувати процеси.....	136
Мартинчик І. (Кер. К.Л. Ларіонова) Аналіз сучасного стану депозитного портфеля банків України.....	138
Полковніченко Я.О. (Кер. Г.С. Морозова) Оборотні активи в системі управління підприємства.....	141
Прокопович Т.А. (Кер. О.П. Близнюк) Розвиток ринку деривативів та їх роль в системі хеджування фінансових ризиків.....	143
Проценко Є. В. (Кер. О.В. Горох) Управління основними засобами підприємства.....	145
Рабченко А.П., Дзівінський В.В. (Кер. С.Д. Герчаківський) Цифровізація митних процедур в Україні та її контури.....	147
Резніченко В.С. (Кер. О.В. Горох) Оптимізація грошових потоків підприємства.....	151
Савченко Б.М. (Кер. Г.С. Морозова) Теоретичні аспекти дослідження економічної сутності фінансових ресурсів підприємств.....	153
Селегей О.П. (Кер. Л.В.Шовкун-Заблоцька) Вплив інновацій на розвиток виробництва.....	156
Селюженко В.П. (Кер. М.О. Євдокімова) Особливості управління дебіторською заборгованістю на підприємстві.....	158
Славута О.О. (Кер. О.П. Близнюк) Інноваційний розвиток фінансового ринку України в умовах цифрової економіки.....	161
Тищенко Д.С. (Кер. О.В. Глущенко) Оптимізація складу та структури джерел фінансового забезпечення цифрової трансформації економіки.....	163
Удовенко М.В. (Кер. Г.С. Морозова) Позиковий капітал підприємства: економічна сутність та характеристика.....	166
Узун О.Г. (Кер. Г.Г.Лисак) Інформаційні технології в антикризовому управлінні.....	168
енченко М.В. (Кер. О.Г. Малій) Діагностика фінансового потенціалу в стратегічному управлінні компанії.....	170

Форись Т. (Кер. Л.М. Зомчак) Залежність між ВВП України та середньою заробітною платою	172
Шешунов Р.Г. (Кер. О.П. Близнюк) Класифікація типів портфельів фінансових інвестицій залежно від цілей формування	175
Якимов Г.О. (Кер. О.В. Жилякова) проблеми фінансового забезпечення соціального страхування в Україні.....	177

Секція 3

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Krakowiak I. (Scientific quarry V. Vovk) Profitability as a criterion for assessing economic efficiency.....	179
Аржанова О. Є. (Кер. В.О. Велієва) Діаграма як спосіб візуалізації.....	182
Бабіч В. Є. (Кер. В.О. Велієва) Комбіновані діаграми.....	184
Баслик О.В., (Кер. Н.С. Ковалевська) Практичні аспекти реалізації ризик-орієнтованого аудиту системи управління цифровими активами.....	187
Бобловська О.О. (Кер. Н.О. Бірченко) Актуальні питання обліку витрат на збут.....	190
Богатирьова А. О. (Кер. Т.В. Розіг) Система обліку витрат «директ-костинг»: сутність, переваги та недоліки.....	192
Бородай О.О., Скалацький А.В. (Кер. С.І. Василюшин) Діджиталізація бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки: тенденції та переваги.....	195
Булайтіс К.Ю. (Кер. Н.С. Акімова) Облік податкових розрахунків і зобов'язань на основі інтегрованої системи обробки економічної інформації: зарубіжний досвід.....	198
Васильєва А.С. (Кер. В.О. Велієва) Фінансова звітність як інформаційна база фінансового аналізу.....	201
Вітрук А.О. (Кер. Т.В. Розіг) Основні методи калькулювання собівартості продукції: переваги та недоліки.....	204
Волков Є.В. (Кер. Л.М. Янчева) Особливості сучасних підходів до визначення та характеристики оборотних активів....	207
Гончар О.В., (Кер. В.О. Велієва) Оптимізація витрат як фактор підвищення ефективності виробництва соняшника.....	210
Дорошенко М.О. (Кер. Р.М. Остапенко) Облікове забезпечення управління виробничими запасами підприємств агробізнесу.....	213

Гуменюк В. Р. (Кер. Т.В. Мединська) Шляхи реформування податкової системи України в умовах воєнного стану.....	216
Дирявий О.С., Єнін С.О. (Кер. С.І. Василішин) Проблеми організації обліку витрат та калькуляції собівартості продукції в аграрних підприємствах.....	219
Дунаєва Т.В. (Кер. І.В. Нестеренко) Диджиталізація обліку як інструмент управління аграрним підприємством.....	220
Єременко Д.Ф. (Кер. Н.Б. Кащена) Облік і аналіз в системі інформаційної підтримки управління рухом грошових коштів підприємства.....	223
Єрліцов Ю.М. (Кер. Н.І. Рижикова) Обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю.....	225
Замятіна А.О. (Кер. В.О. Велієва) Візуалізація даних та інфографіка.....	227
Івах.А.В., Косенко В.О. (Кер. В.О. Велієва) Основи веб-аналітики.....	230
Кайдалов К.Л. (Кер. Н.Б. Кащена) Системний підхід до формування аналітичного забезпечення управління витратами на виробництво продовольчих товарів.....	232
Калиниченко Д.С. (Кер. Р.М. Остапенко) Обліково-аналітичне забезпечення управління розрахунками з постачальниками та підрядниками підприємств АПК.....	235
Каменюка В.О. (Кер. І.П. Порсюрова) Система обліково-аналітичного забезпечення управління прибутком (збитком) підприємства.....	238
Кизим А.Ю. (Кер. О.О. Нестеренко) Swot-аналіз формування інтегрованої звітності на підприємствах.....	241
Коробцов Е.В. (Кер.Т.А. Наумова) Управління поточними зобов'язаннями як необхідна умова успішного функціонування підприємств роздрібною торгівлі.....	243
Косолапова А.В. (Кер. Н.Б. Кащена) Теоретичний базис аналітичного забезпечення управління діловою активністю підприємства.....	246
Кроленко Ю.В. (Кер. Р.М. Остапенко) Обліково-аналітичне забезпечення управління основними засобами підприємств.....	248
Кравець М.Б. (Кер. Н.О. Лобода) Державне регулювання бухгалтерського обліку.....	251
Лемешко Я.І. (Кер. Т.А. Наумова) Український ритейл під час війни: загрози та виклики.....	254

Ляпун О.М., Богомаз О.П. Організаційні засади формування обліково-аналітичної інформації в системі управління розвитком підприємства.....	257
Мазур О.С. (Кер. В.О. Велієва) Облік витрат на виробництво зерна озимої пшениці та аналіз їх ефективності.....	259
Маліновська П.Б. (Кер. О.М. Єремян) Особливості обліку витрат підрядних організацій, що виконують будівельно-монтажні роботи.....	262
Маляр А.В. (Кер. В.О. Велієва) Візуальна аналітика – значення для сучасного суспільства.....	265
Мірошниченко В.В. (Кер. В.О. Велієва) Стан та перспективи виробництва вівса.....	267
Мужиков І.О. (Кер. І.С. Андрущенко) Управління оборотними активами підприємства.....	270
Олійник А.В. (Кер. А.І. Кашперська) Деякі аспекти організації обліку експортно-імпорتنих операцій в умовах європейської інтеграції та воєнного стану.....	276
Прасол О.О. (Кер. В.О. Велієва) Роль візуальної аналітики в сучасному інформаційному суспільстві.....	279
Пугло Ю.О., Палеха А.І., Шкаревський Б.С. (Кер. О.А. Луценко) Деякі питання щодо принципів бухгалтерського обліку.....	282
Рашевська Н.В. (Кер. В.О. Велієва) Розвиток економіки України під час воєнного стану.....	286
Рашевська Н.В. (Кер. Р.М. Остапенко) Шляхи розвитку систем інформаційного обліку на підприємствах України.....	289
Свінцова Д.Ю. (Кер. Н.С. Акімова) Економічна сутність ризиків аудиторської діяльності.....	292
Свінцова К.Ю. (Кер. Л.М. Янчева) Облікова політика як інструмент формування обліково-аналітичної інформації в управлінні.....	295
Сердюк А.В. (Кер. Л.О. Кирильєва) Міжнародний досвід організації обліку складських запасів на підприємстві.....	298
Слепцова Ю.А. (Кер. О.В. Горох) Власний капітал підприємства: сутність і особливості формування.....	301
Слепцова Ю.А. (Кер. О.В. Горох) Оподаткування виведенням капіталу в умовах глобалізації.....	303
Старосільська В.В. (Кер. В.О. Велієва) Аналіз фінансового стану підприємства та шляхи його удосконалення.....	305
Старосільська В.В. (Кер. Р.М. Остапенко) Проблеми розвитку внутрішнього аудиту в системі управління підприємством.....	308

Ткаченко О.С. (Кер. А.І. Кашперська) Роль та значення інформаційно-аналітичного сервісу управління підприємством в умовах діджиталізації.....	310
Федорченко В.А. (Кер. Т.А. Наумова) Управління грошовими потоками як необхідна умова успішного функціонування підприємств роздрібною торгівлі.....	313
Худякова Д.С. (Кер. О.О. Нестеренко) Методичні підходи до внутрішнього аудиту витрат на виробництво промислової продукції.....	317
Шавріна Ю.В. (Кер. Т.В. Розіг) Система «стандарт-кост»: сутність та проблеми використання.....	320
Шушлебінна О.С., Юрченко Т.Д. (Кер. Н.О. Бірченко) Теоретико-методологічні аспекти формування облікової політики підприємства.....	323
Ярова А.О. (Кер. Л.О. Кирильєва) Облік і виплата дивідендів та акцій в корпораціях.....	325
Яцок О.В. Зовнішньоторговельні операції підприємства: сутність та особливості бухгалтерського обліку.....	328

Секція 4

МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ ТА РИНКОВІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Андрушкевич Н.В. Особливості менеджменту в умовах цифровізації.....	330
Вашечко С.С. Управлінські засади стратегічного планування кадрового потенціалу в організації.....	333
Волосний О.В., Кондратенко А.О. (Кер. М.М. Чуйко) Важливість контролінгу та управління ризиками на сучасному підприємстві.....	337
Гавриленко В.Ю., Буряк О.М. Сутність і особливості маркетингової збутової політики підприємства.....	339
Гурницький О. М. (Кер. Н.М. Тюріна) Підходи до формування антикризового потенціалу підприємств в умовах невизначеності.....	341
Гурницький О. М. (Кер. Н.М. Тюріна) Фінансові аспекти контролінгу в системі антикризового управління підприємством.....	344
Гоцуляк О.Ю. (Кер. І.В. Грабовська) Системний підхід в маркетинговому управлінні товарним асортиментом.....	347

Джаббаров Т.А. (Кер. В.О. Козуб) Мотивація в системі менеджменту міжнародної компанії.....	350
Додончук О.О. (Кер. І.О. Ахновська) Розвиток бренду підприємства в умовах цифровізації.....	353
Дорощук Я.В. (Кер. О.М. Баксалова) Управління результативністю діяльності організації на основі застосування інформаційних технологій менеджменту якості.....	356
Дуб М.Г. (Кер. Я.С. Лапчук) Розвиток маркетингових комунікацій туристичних підприємств: нові виклики в умовах цифровізації.....	359
Земляна Л.С. Організаційно-економічні засади управління професійним розвитком кадрового потенціалу аграрних підприємств.....	362
Іванова Я.С. (Кер. В.М. Нагаєв) Модель управлінської культури державного службовця в системі публічного адміністрування.....	365
Капустян А.С., Федотов В.М. (Кер. О.М. Гіржева) Особливості управління інноваціями в умовах цифровізації.....	368
Констанжи В.О. (Кер. Т.М. Кушнір) Важливість розробки SMM-стратегії для просування промислового підприємства.....	370
Кравець Д.А. (Кер. А.М. Гончарук) Застосування інноваційних технологій управління персоналом за умов цифрових трансформацій.....	371
Кравченко В.О. (Кер. Л.В. Шульга) Сучасні інструменти формування маркетингових комунікацій підприємства.....	374
Кузьменко Є.Р. (Кер. В.В. Євченко) Напрями маркетингу в умовах цифровізації.....	376
Куденко О.В. (Кер. І.Г. Бубенець) Методологічні особливості управління маркетинговою діяльністю в умовах кризи	379
Літинська В.А. Особливості маркетингового аудиту за сучасних умов.....	382
Лук'яненко А. В. (Кер. В.М. Нагаєв) Формування комунікативної компетентності державних службовців у системі публічного адміністрування.....	385
Накісько В.О., Сумцова А.Ю. (Кер. С.В. Руденко) Менеджмент агрохолдингів у сучасних умовах розвитку України.....	387
Ніколенко В.М. (Кер. О.М. Прядко) Сучасні інструменти комунікаційної діяльності на виробничому підприємстві.....	390
Обиденнова Т.С. Маркетингова діяльність торгових підприємств.....	392

Омельчук А.Ю. (Кер. Т.В. Боровик) Формування іміджу підприємства	395
Острянин В.С., Пересадило Є.В. (Кер. Л.В. Шульга) Маркетинговий підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства.....	398
Пучок М. С. (Кер. Л.О. Нетребчук) Використання штучного інтелекту у кредитному менеджменті фінансових установ.....	401
Савков Р.В. (Кер. Г.І. Капінос) Використання норм праці в тайм-менеджменті, як складової підвищення ефективності виробництва.....	404
Семіволос А.С. (Кер. С.І. Страпчук) Цифрові рішення для забезпечення сталого розвитку готельно-ресторанного господарства.....	407
Сефер О.П, Штода Г.М. (Кер. О.В. Жегус) Маркетингові інструменти підтримки та розвитку бізнесу під час кризи.....	409
Сивинський І.С. (Кер. Л.В. Шульга) Маркетинговий підхід до управління персоналом підприємства.....	411
Сидоренко К.О. (Кер. О.Л. Шелест) Теоретичні аспекти формування комунікаційної політики підприємства.....	414
Стаднік А.І., Уваров П.С. (Кер. В.І. Чобіток) Формування системи управління ризиками на промислових підприємствах в умовах цифровізації.....	417
Стрільчук О.А. (Кер. І.Г. Сновидович) Сучасні підходи до управління персоналом в епоху цифрової трансформації.....	420
Фетісова Д.О. (Кер. В.М. Нагасв) Удосконалення соціально-психологічних методів та стилю управління в системі публічного адміністрування.....	423
Хоролець А.Г. (Кер. І.О. Терещенко) Особливості прямого маркетингу як інструменту комплексу просування	425
Шмиглюк Є.Г. (Кер. О.О. Кавун-Мошковська) Відновлення та розвиток ритейлу в Україні у повоєнний період.....	428
Шуклінов В.М. (Кер. О.В. Жегус) Розвиток ринку маркетингових сервісів в Україні.....	431
Яблонська А.Р. (Кер. В.А. Літинська) Маркетингова аналітика: сутність та значення.....	433
Ярова А.О. (Кер. Р.М. Остапенко) Маркетингові аспекти управління підприємницькою діяльністю.....	436

Секція 5
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРОБЛЕМИ
МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ І ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ
ПРОЦЕСІВ

Васильєва А.С. (Кер. Р.М. Остапенко) Вплив глобалізації на економіку України.....	439
Гойталюк Я.Ф. (Кер. В.В. Антощенкова) Теоретичні засади визначення конкурентоспроможності промислових підприємств.....	442
Кравчуновська А.О. (Кер. Ю.І. Дияк) Роль міжнародних організацій у глобалізаційних процесах.....	445
Красовський В.В. (Кер. В.О. Козуб) Сучасна проблематика цифровізації світової економіки.....	447
Малець Ю. Д. (Кер. Л.М. Зомчак) Взаємозв'язок валютних політик Євросоюзу та Великобританії.....	450
Пань Юньсяо (Кер. В.О. Козуб) Розвиток агропромислового комплексу України в умовах євроінтеграції.....	453
Пілєєв Д.А. (Кер. О.А. Кулініч) Глобалізація і регулювання інформаційної економіки у світі	456
Пращерук М.П. (Кер. В.В. Антощенкова) Сільські території як важливе економічне явище.....	459
Рашевська Н.В. (Кер. Л.О. Кирильєва) Особливості організації обліку в Німеччині	462
Старосільська В.В. (Кер. Л.О. Кирильєва) Організація обліку запасів: досвід США.....	465
Фатюшина А.О. (Кер. Н.Г. Ушакова) Міжнародна конкурентоспроможність як ключовий фактор успіху компаній у глобальному бізнес-середовищі.....	468
Чапаєв М.С. (Кер. К.Ю. Величко) Міжнародний конфлікт: теоретичні аспекти та ключові характеристики.....	471

Секція 6
КОМП'ЮТЕРНА ІНЖЕНЕРІЯ ТА КІБЕРБЕЗПЕКА
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ
СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ

Гончаренко П.О. (Кер. Р.М. Остапенко) Значення інформаційної безпеки та кібербезпека.....	475
Євдокимов С.О. Розробка штучної нейронної мережі для систем захисту від дронів.....	478

Коваленко А.М. (Кер. Д.М. Ковальчук) Розробка та дослідження автоматизованої гідропонної системи.....	481
Мітяшкіна М.С. (Кер. Д.М. Ковальчук) Розробка та дослідження системи автоматизованого полива.....	483
Олешко Д.М. (Кер. Д.М. Ковальчук) Розробка програмно-апаратних модулів автоматизованої системи керування мікрокліматом теплиці.....	485
Островський О.Т. Застосування технології інтернет речей у сучасному світі.....	487
Скидан В.Л. (Кер. І.С. Андрющенко) Комплексні заходи з кібербезпеки та інженерії для захисту кіберфізичних систем.....	492

Наукове електронне видання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

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

**Матеріали V Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції
здобувачів вищої освіти і молодих учених
20 жовтня 2023 р.**

Видано в авторській редакції

Відповідальні за випуск: Н.Б. Кащена
Т.О. Ставерська,
О.М. Жданович
Комп'ютерна верстка: Р.М. Остапенко

Підп. до друку 23.10.2023 р. Об'єм даних 3,94 Мб.

Державний біотехнологічний університет
Вул. Алчевських, 44, Харків, 61002