

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ



Полтавська державна аграрна академія



Факультет обліку та фінансів

МАТЕРІАЛИ

III Міжнародної науково-практичної конференції

«ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»

21 квітня 2021 р.

м. Полтава

УДК 657:005.3
П 78

Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю : матеріали III Міжнар. наук. – практ. конф. (м. Полтава, 21 квітня 2021 р.) / за ред. Пилипенко К. А. Полтава : ПДАУ, 2021. 936 с.

Посвідчення УкрІНТЕІ № 55 від 21.01.2021 р.

***Затверджено до друку та поширення через мережу
Інтернет
Вченою радою факультету обліку та фінансів
Полтавської державної аграрної академії
(протокол № 9 від 19.04.2021 р.)***

Матеріали конференції спрямовані на науковий пошук, узагальнення та розроблення рекомендацій щодо можливих шляхів вирішення основних проблем розвитку обліку, аудиту та оподаткування підприємств в умовах сьогодення.

Тексти матеріалів тез подані в авторській редакції. Відповідальність за точність, достовірність і зміст поданих матеріалів несуть автори. Редакційна колегія може не розділяти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання, розглянуті на конференції.

© Полтавська державна аграрна академія, 2021
Кафедра бухгалтерського обліку та економічного контролю

Редакційна колегія

Валентина АРАНЧІЙ Іванівна – кандидат економічних наук, професор, ректор Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, Україна).

Олена ВОРОНОВСЬКА - к.е.н., професор факультету економіки та управління Хулунбуирського університету (г. Хайлар, КНР)

Людмила ДОРОГАНЬ-ПИСАРЕНКО – кандидат економічних наук, професор, декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, Україна);

Валерій ЖУК – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії аграрних наук України, заслужений діяч науки і техніки України (м. Київ, Україна);

Владислав ЗЕЛІКМАН – кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту Національної металургійної академії України (м. Дніпро, Україна);

Тетяна МАРЕНИЧ– доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку та аудиту ХНТУСГ імені Петра Василенка (м. Харків, Україна).

Лариса МАРМУЛЬ – заслужений працівник освіти України, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, Університет Григорія Сковороди в Переяславі (м. Переяслав, Україна)

Тетяна МЕЛІХОВА - д.е.н., професор, Завідуючий кафедрою обліку, аналізу, оподаткування та аудиту Інженерного навчально-наукового інституту Запорізького національного університету

Володимир МЕТЕЛИЦЯ - доктор економічних наук, директор Інституту обліку та фінансів Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» НААН (м. Київ, Україна);

Інна НАЗАРЕНКО – доктор економічних наук, професор кафедри обліку і оподаткування Сумського національного аграрного університету (м. Суми, Україна);

Катерина ПИЛИПЕНКО – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, Україна);

Валерій ПЛАКСІЄНКО – академік АЕНУ, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, Україна);

Оксана ПРОКОПИШИН – к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування Львівського національного аграрного університету (м. Львів, Україна);

Наталія ТАНКЛЕВСЬКА – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів Херсонський ДАЕУ (м. Херсон, Україна);

Тетяна ЧЕРНЯВСЬКА – доктор наук, професор, Державна вища професійна школа в Коніні (м. Конін, Польща);

Світлана ЩЕРБАТЮК – кандидат економічних наук, доцент, декан факультету бухгалтерського обліку Гродненського державного аграрного університету (м. Гродно, Республіка Білорусь);

Артур ЗИМНІЙ– доктор наук, професор, ректор Державної вищої професійної школи в Коніні (м. Конін, Польща);

Рафаел ЧІЛОЧІ – доцент, декан факультету економічного інжинірингу та бізнесу Технічний університет Молдови (м. Кишинів, Молдова).

**Шановні високоповажні організатори та учасники
III Міжнародної науково-практичної конференції
«Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління
підприємницькою діяльністю»**



Від імені колективу Полтавської державної аграрної академії та від себе особисто щиро вітаю вас з початком роботи III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми обліково - аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю».

За сторічну історію академією досягнуто чимало, підготовлено велику кількість висококваліфікованих спеціалістів. Випускники академії нині займають керівні посади як в українських, так і в іноземних бізнес-структурах, працюють у державних органах влади та в різних міністерствах

України.

Сьогодні до складу академії входять 6 факультетів 7 коледжів, мовний центр, селекційний центр, дослідне господарство, центр довузівської підготовки. Науково - педагогічні працівники здійснюють підготовку здобувачів вищої освіти за 22 спеціальностями.

Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки пов'язаний з кардинальними змінами у фіскальній системі, у реформуванні обліку та контролю, з виникненням багатьох соціально-економічних проблем, які потребують негайного розв'язання. Це зумовлює необхідність вдосконалення системи формування облікової інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень на всіх рівнях.

Основною метою міжнародної науково-практичної конференції є об'єднання зусиль інтелектуальної еліти різних наукових галузей, що навчається або працює у провідних закладах освіти України та за кордоном.

Беручи участь у цій знаковій для Полтавської державної аграрної академії події, кожен з Вас має нагоду апробувати результати плідної наукової роботи, виявити свої наукові та творчі здібності у обліково-

аналітичній сфері, обговорити актуальні питання фінансів, банківської справи та податкової політики держави, висвітлити сучасні проблеми маркетингу, менеджменту та публічного управління в умовах сьогодення.

*З повагою, голова організаційного комітету,
ректор Полтавської державної аграрної академії,
професор,*

Валентина АРАНЧІЙ



**Вельмишановні колеги, учасники та гості
II Міжнародної науково-практичної конференції
«Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління
підприємницькою діяльністю»**



Від імені кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавської державної аграрної академії та від себе особисто радо вітаю Вас із відкриттям науково-практичної конференції міжнародною участю «Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю»!

Основними напрямками науково-дослідницької роботи кафедри є впровадження

новітніх технологій та методик ведення бухгалтерського обліку на підприємствах різних галузей агропромислового сектору економіки України.

На кафедрі бухгалтерського обліку та економічного контролю сформовано висококваліфікований професорсько-викладацький колектив, який успішно здійснює наукову роботу за ініціативною тематикою кафедри «Обліково-аналітичне забезпечення відтворення ресурсного потенціалу в глобальній економіці».

Участь у конференції такого рівня - це чудова нагода для науковців, практиків та здобувачів вищої освіти з різних країн обмінятися досвідом, новими досягненнями та відкриттями. Впевнено стверджую, що конференція варта бути комунікаційною, інформаційною та освітньою платформою для обліковців, економістів та управлінців різних рівнів.

В умовах сьогодення актуальність обліково-аналітичного забезпечення полягає в об'єднанні облікових та аналітичних досліджень в один процес, здійсненні оперативного мікроаналізу та використання його результатів при моделюванні управлінських рішень в системі економічної безпеки підприємств, організацій та установ.

Друзі, щиро бажаємо Вам впевненості, творчої наснаги, вдалих партнерських зустрічей і невтомності у новаторському пошуку та примноження його результатів!

*З повагою, доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавської державної аграрної академії
Валерій ПЛАКСІЄНКО*

ЗМІСТ

Передмова	5
------------------	---

СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ

Агирбов Ю.И., Романов А.Н., Платоновский Н.Г. ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	21
Ашмарина Т.И., Бирюкова Т. ЭКОНОМИКА СЕМЕНОВОДСТВА ОВОЩНЫХ КУЛЬТУР	25
Богданюк О. В. ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	30
Богун М. М. ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ	33
Бондарчук В. В. КОНТРОЛІНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	37
Боровік Л., Потанер Л. ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ В СИСТЕМІ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	41
Булах І. І., Шиманська О.В. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	44
Вашків О. П., Рибніцький Т. І. ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ НА ПРИНЦИПАХ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	49
Воронка О. З. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	53
Гільорме Т.В. ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ УТИЛІЗАЦІЇ КОСМІЧНОГО СМІТТЯ	57
Гмиря В.П. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	61
Горященко Ю. Г. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	65
Грудько С.В. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ТАРИФНОЙ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА	69
Грудниста А.Є., Голей Ю.М. ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНОГО ФАКТОРА НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	73

Двуліт З.П., Макарова Ю. С. ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КИТАЄМ	77
Дячков Д., Мамчич І. АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРАТ «ФІРМИ «ПОЛТАВПИВО»	82
Живула В.С., Івашко В.В. ПРЕВЫШЕНИЕ ДОХОДОВ НАД РАСХОДАМИ И ИХ РОЛЬ В АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ	86
Загинайло В. А., Смирнова Т. А. ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛІ БІЗНЕСУ B2G У МЕДИЧНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ	91
Каленчук Ю., Ліпський Р. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	94
Карлаш Д.О. ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	99
Карнаушенко А. СТРИМУЮЧІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	103
Ковтуненко Ю.В., Мойсей А.В., Ковтуненко Д.Ю. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	108
Колінько А. Д., Бойко Л. О. ОГЛЯД РИНКУ ЧАСНИКУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	113
Кононенко Ж. ЕЛЕМЕНТИ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА	117
Козяр В. Б. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ	121
Колодійчук В. А. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ МІЖНАРОДНОЇ ПІДТРИМКИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	125
Колодійчук І. А. ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕЦИКЛІНГУ	130
Крупа О. РОЗВИТОК АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ COVID -19	133
Мухаметзянов Р.Р., Джанчарова Г.К., Беспашошный М.Н. НАСЫЩЕНИЕ РЫНКА ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	137
Нестеренко С., Бахіркiна О. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	141
Писаренко С., Михайлова О. ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ	145
Пласконь С.А., Руська Р.В. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ	150

Райсвіх Я.Р. ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ І ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ В ЕКОНОМІЦІ ПІДПРИЄМСТВА	154
Романашенко М.О. ЗМІНА ВЕКТОРУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	158
Русан О.О. РОЛЬ І ОЗНАКИ СИСТЕМ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	163
Сардак С.Е., Калюга А.Р. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ	66
Сардак С.Е., Гірман А.П., Критін А.С. ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	170
Сергеева Н.В., Каратаева О.Г., Шугаев А.Ю. ДИВЕРСИФИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ – КАК ОСНОВА СТАБИЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	174
Смірная С.М., Федорчук О.І. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦЯ З ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	179
Степаненко А.Є. КОНТРОЛІНГ ВИТРАТ	184
Сурженко Н. СТРУКТУРА РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ	188
Тарасов В.И., Джикія К.А., Митенев Н.С. ТЕХНИЧЕСКАЯ ОСНАЩЕННОСТЬ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	193
Філіпішина Л.М., Мойсеєнко О.І. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	198
Хоружий Л. И., Бешапошный М.Н., Катков Ю.Н. ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ, КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОСТИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ	204
Худавердієва В.А. НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО КОМПЛЕКСУ НА МАКРОРІВНЯХ	209
Чіп Л. О. ОЦІНКА МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ОСНОВНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПІДПРИЄМСТВІ	214
Энкина Е.В., Тропина Д.В., Коноплева Ж.В. ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	219

СЕКЦІЯ 2 СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА

Адвокато́ва Н.О. СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ШЕРИНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ	224
Андреева И.Г. КИТАЙСКАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛИЗМА	229
Гарнага О. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ	234
Голей Ю.М. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	238
Завербний А.С., Ломага Ю.Р., Завербний С.А. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОЦІНЮВАННЯ РЕПУТАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНДИКАТОРУ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ДОВІРИ ЗА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ УМОВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ СФЕР	243
Зелікман В.Д., Зеленіна О.Ю. УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІТИЧНОГО ОБЛІКУ ТОРГОВОЇ НАЦІНКИ В УМОВАХ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ	247
Змієвська А.О. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ СУПРОВІД ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ	251
Ланченко Є.О. ІНСТИТУЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В АГРАРНІЙ СФЕРІ	256
Лега О. В., Яловега Л. В., Прийдак Т. Б. ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ ПРОЦЕДУРИ «DUE DILIGENCE»	261
Мац Т.П. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	266
Мельник А. В. ЗАВДАННЯ І ФУНКЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	270
Метлицька В.О., Черба В.М. ОСОБИСТЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО – ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	275
Осіпова А. ФІНАНСОВІ СТИМУЛИ СПОНУКАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	279
Подра О. ЗНАЧЕННЯ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ	284
Сверчкова А.Ю. МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	287
Тарасюк А.В. УЧЁТНАЯ ПОЛИТИКА, ИЗМЕНЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКИХ ОЦЕНКАХ И ОШИБКИ: ОТЕЧЕСТВЕННАЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА	292
Тютюнник С., Левченко З., Дугар Т. СУЧАСНІ ПРАВОВІ РЕАЛІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ	297

СЕКЦІЯ 3
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІ

Mironchuk Z.P., Maletska O.I., Kolach S.M. ORGANIZATION OF ACCOUNTING INFORMATION PROTECTION IN CYBER SECURITY	303
Васюк А.Г. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЕ АНАЛИЗА ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ: ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И ИХ СОДЕРЖАНИЯ	307
Галун Є.С. ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КАТЕГОРІЇ «ДОХІД» В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	312
Гаркуша С.А. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	316
Глушаченко А.І. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	320
Грибовська Ю. М. , Ходаківська Л. О. НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ: ВИЗНАННЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА АМОРТИЗАЦІЯ	325
Григор'єва О. П. АНАЛІЗ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «GIS» ТА БІЗНЕС-КЛАСТЕРУ «JLD» НА ПРИКЛАДІ ІНДУСТРІАЛЬНОЇ КРАЇНИ – СІНГАПУР	330
Данилкова С.А. ВОПРОСЫ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ОПЕРАЦИЙ С ТОКЕНАМИ	334
Донцов І. В., Пилипенко К. А. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ЗЕМЛІ У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ	338
Дорогань-Писаренко Л., Завальнюк А. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	343
Єгорова О., Чернуха А. РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА У ЗВІТНОСТІ	347
Єрмолаєва М. ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ: ХВИЛЮВАТИСЯ ЧИ НІ?	351
Канцедал Н., Шершова В. ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА	354
Колотій В., Пилипенко К. НОВА СТАВКА ТА ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ З ПДВ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	358
Конкін Д. ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ	363
Кончаков О.В. ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОВОДОК ПО ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЕ В	368

СИСТЕМЕ ПРОГРАММ 1С	
Красота О., Красота І.	372
ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ НЕЗАВЕРШЕНОГО ВИРОБНИЦТВА	
Красота О., Красота І.	375
ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ЇХ В ОБЛІКУ	
Кривич Н. В., Маренич Т.Г.	379
ПОРІВНЯННЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ В УКРАЇНІ ТА США	
Кулик В.	383
ДОКУМЕНТУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ	
Лебедев П.	386
ПОСТАНОВКА СИСТЕМИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОМПАНИИ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН ПРОЕКТА	
Малашко Д. А.	390
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	
Маренич Т.Г.	395
ФОРМУВАННЯ НОВИХ ПІДХОДІВ ДО ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО КООПЕРАТИВУ	
Мацьків Г. В.	399
ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ	
Меліхова Т.	404
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ	
Мокієнко Т., Козченко О.	409
РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ДОХОДИ, ВИТРАТИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ	
Овчаренко А. Ю.	412
СТУПЕНІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	
Павлієнко І. В.	416
АНАЛІЗ РЕЛЕВАТНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	
Павловська Т. С., Пилипенко К. А.	419
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ІНОЗЕМНОЇ ВАЛЮТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Пашинний А.В., Пристемський О.С.	423
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З БЮДЖЕТОМ	
Пилипенко К., Литвиненко І.	426
РЕВІЗІЙНИЙ ПРОЦЕС, УЧАСНИКИ ТА ПОРЯДОК ПЛАНУВАННЯ	
Пилипенко К.А., Махно С. В.	432
ПЕРВИННИЙ ОБЛІК ТА ВИЗНАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ У ФЕРМЕРА	
Пономаренко О.	437
ПІДХОДИ ДО ГЕНЕРАЦІЇ ЕЛЕМЕНТІВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ	
Пошивалова О.В.	441

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Прокопишин О. КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФОРМУВАННЯ ФОНДІВ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСББ	444
Прокопишин О., Ковальчук М., К. Борщ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	449
Протасова Н.Я. НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ	453
Решетник К. Р. ERP-СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ УСТАНОВОЮ	457
Рудич А., Біленко К. ШЛЯХИ І РЕЗЕРВИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	462
Сакун А.Ж., Шевякіна Г. Ю. ДОКУМЕНТУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	466
Сокольська Р.Б., Біленко А.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В УМОВАХ КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	471
Сочивкина Я.В. ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА МАТЕРИАЛАХ УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «БРЕСТСКИЕ ТРАДИЦИИ»	475
Тамара К.В. ОСНОВНІ ЗАСОБИ: ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ	478
Танг Ци (Tang Qi) ГЛОБАЛЬНА ЛОГІСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КИТАЯ	482
Тютюнник С., Сидоренко Л. ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ РОЗРАХУНКІВ З ДЕБІТОРАМИ	487
Хмельницька А., Колєсніченко А. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ОБЛІКУ	492
Ціцька Н. Є., Малецька О. І. ПЕРВИННЕ ОБЛІКОВО – АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ	495
Ширма В.Г. УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	500
Щербатюк С. Ю. УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОДДЕРЖАНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	505
Яковец А. Ю. ВНУТРЕННИЙ АУДИТ И ВНЕШНИЙ АУДИТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ : ОБЩИЕ ПРИЗНАКИ И ОТЛИЧИЯ	510
Яловега Л. В., Лега О. В., Прийдак Т. Б. ДАВАЛЬНИЦЬКА СИРОВИНА: ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ В УМОВАХ АВТОМАТИЗОВАНОГО ОБЛІКУ	514

СЕКЦІЯ 4 КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ АУДИТУ

Акулич Д. РОЛЬ АУДИТОРСКОЙ ПАЛАТЫ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА РАБОТЫ АУДИТОРОВ, АУДИТОРОВ-ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, АУДИТОРСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	518
Ватилик О.О. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ АУДИТОРСЬКОЇ ПЕРЕВІРКИ ПАСИВІВ ПІДПРИЄМСТВА	524
Данилкова С.А. РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕОРИЙ ВО ВНУТРЕННЕМ АУДИТЕ	529
Касперович К., Ревинская Д. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТА	532
Лемеш В.Н. УКЛОНЕНИЕ ОТ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО АУДИТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	536
Назаренко І. СИСТЕМАТИКА БІЗНЕС-РИЗИКІВ В ПРОЦЕСІ ОЦІНКИ АУДИТОРСЬКОГО РИЗИКУ	541
Петренко Н.В. АУДИТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ПО ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ	545
Ставицька В., Пилипенко К. ПРОВЕДЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ ТА ПОРЯДОК РЕАЛІЗАЦІЇ ЙОГО РЕЗУЛЬТАТІВ	548

СЕКЦІЯ 5 ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ

Барабаш Л.В. ПОВЕДІНКОВІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ	553
Бондаренко Н. В. ПРОЦЕНТНА ПОЛІТИКА КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	556
Власюк С.А., Андрусішина І.В. СУТНІСТЬ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	559
Власюк С.А., Андрусішина Н.В. ОСНОВНІ АСПЕКТИ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	563
Десятский С.П., Мандра Н.Г., Лактіонова О.Ю., Мироненко Д.С. АЛГОРИТМ АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ МОНИТОРИНГУ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ	567

БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ	
Дойнік Ю. В.	572
ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ	
Дроботя Я.	576
БАНКИ ЯК УЧАСНИКИ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ	
Жидовська Н.	579
РОЗВИТОК СИСТЕМИ BANKID В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	
Зборовская К.Г., Сучко Ю.А., Филько Э.Г., Ханкевич В.К.	583
МЕРОПРИЯТТЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	
Кириченко А. В.	588
ІНСТИТУЦІЙНА СТРУКТУРА Ринку СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ	
Кравченко Х. В.	593
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	
Кривуля П. В., Рожнова А. О.	597
РИЗИКИ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ У ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ	
Лагойская О.А., Лебедь А.А.	602
НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	
Лактіонова О.Ю., Десятський С.П.	606
ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	
Лебедев А.П.	611
РОЛЬ КОНТРОЛЛІНГА В УПРАВЛЕННІ ФІНАНСАМИ	
Малецька О.	614
ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ	
Макарчук І.М., Малишко В.В.	617
ОСОБЛИВОСТІ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	
Марків Г.В.	622
ВПЛИВ НОВІТНІХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА БАНКІВСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ	
Перчук О.В., Расюк М.М.	626
ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	
Розмислов О.М., Керемет Є.М.	630
СУЧАСНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ МІСЦЕВИХ ГРОМАД	
Танклевська Н.С.	635
ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	
Тютюнник Ю. М., Тютюнник С. В.	639
ЗАГАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ ЗА АКТИВАМИ ТА КОЕФІЦІЄНТА ЙМОВІРНОСТІ ДЕФОЛТУ	
Цвирко А., Наумчик Е.	642
АУДИТ НАЛОГООБЛОЖЕННЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	
Ци Юн Лю	646
ЦИФРОВОЙ ЮАНЬ - НОВЫЕ МИРОВЫЕ ДЕНЬГИ	

Чумак В., Бражник Л.	651
ФІНАНСОВО-АНАЛІТИЧНА РОБОТА НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТА НАПРЯМИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ	

СЕКЦІЯ 6 МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМИ СЬОГОДЕННЯ

Sami C. P., Flehantova A. L.	657
GLOBAL BRANDS AND ITS ROLE IN THE ACTIVITIES OF TNC'S	
Басій І.	660
СТОРИТЕЛІНГ: РОЗКРИТТЯ ПОНЯТТЯ І ПОРАДИ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ У РІЗНИХ СФЕРАХ БІЗНЕСУ	
Борисова Т.М.	663
АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ	
Борисяк О., Кипка О.	666
РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Вальчук В.О.	669
ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ У КОНТЕКСТІ ПАНДЕМІЇ COVID-19	
Ганас Л., Радченко Я.	674
ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	
Дядюра А. В.	678
ВІСІМ ПОКАЗНИКІВ МАРКЕТИНГОВОЇ КРИЗИ	
Диченко С.Ю.	683
МАРКЕТИНГ: ІСТОРІЯ ТА ПРОБЛЕМИ СЬОГОДЕННЯ	
Ли Пин	687
ФЕНОМЕН «ДЕРЕВЕНЬ ТАОВАО	
Овечкіна О., Жердева О.	692
СТЕЙКХОЛДЕРСЬКИЙ МАРКЕТИНГ: СУЧАСНИЙ АСПЕКТ	
Подра О.	696
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ	
Пурас Т.В., Голей Ю.М.	700
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	
Романів Н.	705
СТВОРЕННЯ ЗОРІЄНТОВАНОЇ НА КЛІЄНТІВ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ОТГ	
Салогубова В.М.	709
ОПТИМІЗАЦІЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ	
Сардак С.Е., Боровльова А.О.	714
ПОТЕНЦІАЛ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ФОКУС-ГРУП У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ	
Скопик Г.М.	717
БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ПРОЦЕСІВ У МАРКЕТИНГУ	
Смирнова Т.А.	720
БІЗНЕС-ФОРУМИ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ МАЙДАНЧИК ДЛЯ МЕДИЧНОГО БІЗНЕСУ	

СЕКЦІЯ 7 СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Li Wei RESEARCH ON TEACHERS' COMPETENCE FROM THE PERSPECTIVE OF UNIVERSITY FUNCTIONS	725
Mariia Khim THE ROLE OF PUBLIC ADMINISTRATION FOR THE SOCIAL SPHERE OF SOCIETY	729
Абаев В. А., Садыкова З.Ф. МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ЕКСПЕРТНЫХ ДАННЫХ ДЛЯ ОЦЕНКИ РИСКОВ НЕЧЕТКИМИ СИСТЕМАМИ	733
Балаш Л., Лисюк О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ЯК СПОСОБУ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	738
Банашко О. О. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	741
Білявський В.М., Дацюк В.Г., МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	744
Білявський В.М., Литвин Д.В. ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	747
Вайда Т.С., Круглик М.І. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗПЕКИ ОСОБОВОГО СКЛАДУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ ТА ЗАХОДИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ЦЬЙ СФЕРІ	751
Галянт Д.М., Кудельський В.Е. СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ	758
Гамерська І. С., Смирнова Т. А. ЕЛЕМЕНТИ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ У КОМУНІКАЦІЯХ БІЗНЕС-СТРУКТУР	761
Губін О., Бірюков О. АНАЛІЗ УМОВ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОВЕДЕННЯ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО КОНКУРСУ НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ РОБІТ З ГАЛУЗЕЙ ЗНАТЬ І СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ	765
Гулик Т.В., Дрофа Є.А. ОРГАНІЗАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ САНАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	770
Дорош І. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРЕСОСТІЙКОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ДОБОРУ ТА ВІДБОРУ КАДРІВ В ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	775
Козловська С.Г. МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ	778
Корабліна А. РОЛІ ТОВАРНИХ КАТЕГОРІЙ В КАТЕГОРІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	782
Лакіш Л.М. ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ В ПІДПРИЄМСТВІ	786
Марутяк Г.С., Томашівська М.В., Клебан О.Д.	790

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ Мачульська М. М.	795
ОСОБЛИВОСТІ І ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ Мінаков О.В., Трегубенко К.О.	798
ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ТОВ «ЗОЛОТИЙ ДИМ» Миронець Я.П.	802
ПОМИЛКИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ В КАТЕГОРІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ Михалюк Н.	805
ЗМІСТ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК ЕЛЕМЕНТУ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ Михалюк Н., Гринишин Г.	810
ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ Москвіна А.В.	815
КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ Невідома К. О.	818
КЛАСИФІКАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ОЦІНЮВАННЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ КРІ Сардак С.Е., Кучер М.М., Аведікова А.А.	823
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ Сурженко Н., Кризь А.	826
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ: СУЧАСНИЙ ПІДХІД У МЕХАНІЗМІ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ Сурженко Н., Солонцов О.	830
МІСТО ЯК ОБ'ЄКТ РЕГІОНАЛЬНО-АДМІНІСТРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ Сурженко Н., Ткаченко М.	835
СУЧАСНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА Цигилик Н., Рожко О.	840
ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО КАДРОВОГО СКЛАДУ УПРАВЛІНСЬКИХ СТРУКТУР ОТГ НА ЗАСАДАХ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ – ОДНІЄЇ ІЗ ОСНОВНИХ СКЛАДОВИХ ПОСТУПУ ДО ЄС Шестак Я.І., Голуб. К.В.	845
ПІДПРИЄМСТВА МАЙБУТНЬОГО В КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ МОДЕЛІ БІРЮЗОВИХ ПРАКТИК	

СЕКЦІЯ 8 ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІЗНИХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ

Ванг Шу Эн	850
ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ИНТЕРНЕТ ПРОСТРАНСТВО КИТАЯ Зимній А., Чернявська Т.	855
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ	

Кіяшко Ю.А., Потапенко В.В. ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС В УМОВАХ ЗМІШАНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	861
Мандра Н.Г. Лактіонова О.Ю., Десятський С.П., ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ БЮДЖЕТАМИ УКРАЇНИ	868
Мелешко О. ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА І ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА: ПРОБЛЕМИ І РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ	873
Назаренко О.В. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВО -АНАЛІТИЧНОГО СУПРОВОДЖЕННЯ ВАЛОРИЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	878
Ніколайчук Т.О. ІНФОРМАЦІЙНО-СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГООРІЄНТОВАНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАПОВІДНИХ ТЕРИТОРІЯХ	883
Романашенко І.О. ПОРІВНЯННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ МСП В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ	889
Сафонова К. Я. ПОРІВНЯННЯ ФОНЕТИЧНОЇ ЯКОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ «CONSPICUOUS CONSUMPTION» І «INVIDIOUS CONSUMPTION» З ВИКОРИСТАННЯМ ПРОФІЛЮ НАЛЕЖНОЇ КОНОТАЦІЇ ТА ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОНОСЕМАНТИЧНОГО АНАЛІЗУ	893
Сергеева Н.В., Кукушкина Т.С., Каратаев Г.С. ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	898
Томашевська А.Р., Лакіза В.В. СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ	903
Щоголь А.О. ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРОХОЛДИНГОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ	908
Христофорова К.В. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	912
Килин О., Свелеба Н., Вітер О. СУТЬ ТА ПРОБЛЕМАТИКА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	914
Пилипенко К., Пужайло Д. НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СТВОРЕННЯ ТА ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ФЕРМЕРСЬКИМ ГОСПОДАРСТВОМ	919
Подольна Р.М., Голей Ю.М. АНАЛІЗ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	924
Вдовенко Н. М., Сокур Л. В. БАЗОВІ ПІДХОДИ ДО ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ БІОЛОГІЧНИМИ АКТИВАМИ	928
Організатори міжнародної конференції	934

СЕКЦІЯ 1
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ НА МІКРО- ТА
МАКРОРІВНЯХ

УДК 339.13:[635.07:634.1.075](476)

Ю.И. Агирбов., д.э.н., профессор
кафедры экономики
А.Н. Романов., к.э.н., доцент
кафедры экономики
Н.Г. Платоновский., к.э.н., доцент
кафедры управления
РГАУ МСХА имени К.А. Тимирязева

ПРОИЗВОДСТВО И ПОТРЕБЛЕНИЕ ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация: Республика Беларусь – одно из независимых государств, возникших после распада СССР. Производство плодово-ягодной продукции является значимой сферой аграрного сектора этой страны. Помимо этого, через Белоруссию в Россию поступали некоторые виды фруктов и ягод из европейских стран. После введения санкций со стороны России в отношении сельскохозяйственных товаров из ЕС, определенные объемы плодово-ягодной продукции стали оформляться как белорусские, что привело к существенному увеличению их экспорта в 2014-2016 гг. с максимальным уровнем в 2015 г. - 1211,4 тыс. т. Однако, затем они стали сокращаться, достигнув 325,4 тыс. т в 2019 г.

Ключевые слова: Республика Беларусь, плодово-ягодная продукция, производство, потребление, экспорт, импорт.

Садоводство – важная отрасль сельского хозяйства, имеющая особое значение для некоторых стран мира. «Производство фруктов, ягод, орехов являются важной частью формирования полноценного продовольственного обеспечения населения многих государств» [1, с. 1445].

Глобализация международных отношений, либерализация внешнеэкономической деятельности, снижение экономических и административных барьеров на пути товародвижения плодово-ягодной продукцией во многом способствовало росту объемов ее международной торговли во второй половине XX века. «В результате многие виды фруктов, ягод и орехов, культивируемых в условиях тропического и субтропического климата, постепенно стали более доступными для жителей государств, расположенных в более суровых природных условиях» [2, с. 97]. Эти тенденции способствовали тому, что постепенно «произошло усиление специализации и концентрации

производства в странах с более благоприятными природно-климатическими условиями и увеличение спроса со стороны ряда государств, прежде стремившихся обеспечивать свои потребности за счет собственных производителей» [3, с. 42]. Это в полной мере относится к Республике Беларусь, которая, к тому же, в постсоветский период являлась транзитной страной на пути движения плодово-ягодной продукции из ряда европейских стран в Россию.

На основании данных статистического бюллетеня «Балансы продовольственных ресурсов Республики Беларусь, 2020», а также статистического сборника «Сельское хозяйство Республики Беларусь, 2018» отразим изменение баланса ресурсов и использования фруктов, ягод и продуктов их переработки (табл. 1). Как видно, действующий стандарт формы отчетности этого государства, отраженный в первом из выше отмеченных источников, немного отличается от российского как по содержанию, так и по названию. Так, дополнительно отражены такие позиции, как «импорт в том числе по странам ЕАЭС», «промышленная переработка (на вино)», «экспорт в том числе по странам ЕАЭС».

Таблица 1

Баланс ресурсов и использования фруктов, ягод и продуктов их переработки в Республике Беларусь в 2011-2019 гг., тыс. тонн

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
I. РЕСУРСЫ									
Запасы на начало года	398,3	190,7	264,6	246,9	355,5	336,2	424,8	345,3	507,5
Валовой сбор	301,7	630,4	476,2	651,2	564,1	718,3	491,3	985,3	571,8
Импорт	349,7	474,9	649,9	1100,6	1649,8	1389,7	1227,7	841,8	861,8
в том числе по странам ЕАЭС	-	-	-	-	59,2	58,7	80,4	99,5	95,0
Итого ресурсов	1049,7	1296,0	1390,7	1998,7	2569,4	2444,2	2143,8	2172,4	1941,1
II. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ									
Потреблено в республике	801,3	924,2	905,9	1025,5	1021,8	1249,4	1128,2	1223,4	1190,3
Личное потребление	548,3	606,6	658,3	724,0	754,0	857,9	842,5	867,8	909,2
Производственное потребление	-	-	-	115,8	128,0	196,5	135,8	164,5	118,9
Промышленная переработка (на вино)	-	-	-	102,6	64,9	77,5	63,4	64,9	61,3
Экспорт	57,7	107,2	237,9	617,7	1211,4	770,0	670,3	441,5	325,4
в том числе по странам ЕАЭС	-	-	-	-	1202,6	757,4	661,7	429,8	311,5

Потери	-	-	-	83,1	74,9	117,5	86,5	126,2	100,9
Запасы на конец года	190,7	264,6	246,9	355,5	336,2	424,8	345,3	507,5	425,4
Потребление на душу населения в год, кг	58	64	69	76	79	90	89	92	97
Разница между импортом и экспортом	292,0	367,7	412,0	482,9	438,4	619,7	557,4	400,3	536,4
Экспорт в % к импорту	16,50	22,57	36,61	56,12	73,43	55,41	54,60	52,45	37,76

Источник: составлено и рассчитано на основе данных национального статистического комитета Республики Беларусь

Нам не удалось найти более ранние бюллетени по балансам продовольственных ресурсов этой страны, поэтому в целях достижения сопоставимости данных мы для заполнения недостающих цифр за 2011-2013 гг. использовали статистический сборник по сельскому хозяйству Республики Беларусь за 2018 г., в котором, однако, они были представлены в несколько усеченном виде. В частности, в разделе «II. Использование» показаны такие позиции, как «потреблено в республике», «личное потребление», «экспорт» и «запасы на конец года», в связи с чем, ввиду его отсутствия в статистическом бюллетене, мы также просчитали первый из них для 2014-2019 гг. Такой показатель, как «Потребление на душу населения в год» мы добавили из других таблиц этих же статистических сборников. Часть наименования таблицы приводится дословно с оригинала («фруктов, ягод и продуктов их переработки»), то есть, в отличие от российского, здесь добавлен термин «и продуктов их переработки».

Цифры свидетельствуют о том, что «в Республике Беларусь в период 2011-2019 гг. максимальный размер ресурсов рассматриваемой продуктовой группы составил 2569,4 тыс. тонн в 2015 г., а минимальный – 1049,7 тыс. т в 2019 г. При этом наибольшие объемы ввоза и вывоза также наблюдались в 2015 г. – импорт составил 1649,8 тыс. т (64,2 % от итога ресурсов), а экспорт 1211,4 тыс. тонн (47,1 % от итога ресурсов), в том числе по странам ЕАЭС 59,2 тыс. тонн и 1202,4 тыс. тонн соответственно» [4, с. 60]. То есть, по сути большая часть продукции из соответствующего баланса по импорту-экспорту прошло через Белоруссию транзитом, в основном в Россию. В течение анализируемого периода потребление в этой стране плодово-ягодной продукции выросло на 48,5 % (с 801,3 тыс. т в 2011 г. до 1190,3 тыс. т в 2019 г.), в том числе лично потребление

на 65,8 % (с 548,3 тыс. т до 909,2 тыс. т). Потери весьма велики и варьируют от 2,9 % в 2015 г. до 5,8 % в 2018 г. Также, в Республике Беларусь за исследуемый период вырос показатель «Экспорт в % к импорту». Если в 2011 г. он был равен 16,5 %, то в 2019 г. составлял 37,76 %.

«В соответствие с приказом Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания» среднестатистическому жителю России за год необходимо употреблять в пищу 100 кг свежих фруктов, а бахчевых (нормы по которым отражены в разделе «овощи и бахчевые»)» [5, с. 68].

В этой стране на 1 января 2020 г. численность населения составляло 9,408 млн. человек, что с учетом рекомендуемых норм потребления плодово-ягодной продукции в объеме 100 кг в год в расчете на душу населения равняется 940,8 тыс. т, тогда как в 2019 г. согласно вышеприведенным статистическим данным потребление в Белоруссии фруктов и ягод было на уровне 909,2 тыс. т, что очень близко к оптимальным параметрам.

Список использованных источников:

1. Бритик, Э.В. Мировое производство и международная торговля плодово-ягодной продукцией // *Научное обозрение: теория и практика*. 2020. Т. 10. Вып. 8. С. 1445-1462.
2. Мухаметзянов, Р.Р. Тенденции импорта плодово-ягодной продукции в мире и в Российскую Федерацию. *Экономика сельского хозяйства России*. 2020. № 3. С. 97-104.
3. Агирбов, Ю.И. Состояние мирового рынка плодово-ягодной продукции. *Международный сельскохозяйственный журнал*. 2012. № 1. С. 40-42.
4. Мухаметзянов, Р.Р. Ресурсы и использование плодово-ягодной продукции в основных странах ЕАЭС. *Экономика сельского хозяйства России*. 2021. № 3. С. 55-64.
5. Агирбов, Ю.И. Производство и потребление плодово-ягодной продукции в странах СНГ в условиях глобализации и региональной интеграции. *Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий*. 2020. № 12. С.63-71.

УДК 338: 635

Т.И. Ашмарина, к.э.н., доцент,
кафедра экономики

Т. Бирюкова, к.э.н., доцент
кафедра мировой экономики и маркетинга
РГАУ-МСХА им. Тимирязева
(г. Москва, Россия)

ЭКОНОМИКА СЕМЕНОВОДСТВА ОВОЩНЫХ КУЛЬТУР

Аннотация: Рассмотрен исторический процесс развития российской экономики семеноводства овощных культур. Произведен анализ мирового рынка семян овощных культур. Указаны факторы сдерживающие развитие семеноводческой отрасли России и обозначены пути дальнейшего ее развития.

Ключевые слова: сортосмена, сортообновление, семена, овощи.

Перед экономикой всегда стоят три главных вопроса: что производить, для кого производить, как производить. Такие же вопросы стоят и перед экономикой овощеводства, которая полностью зависит от экономики семеноводства. С семян начинается продовольственная безопасность страны. Овощеводство держится на селекции и семеноводстве (рис. 1).

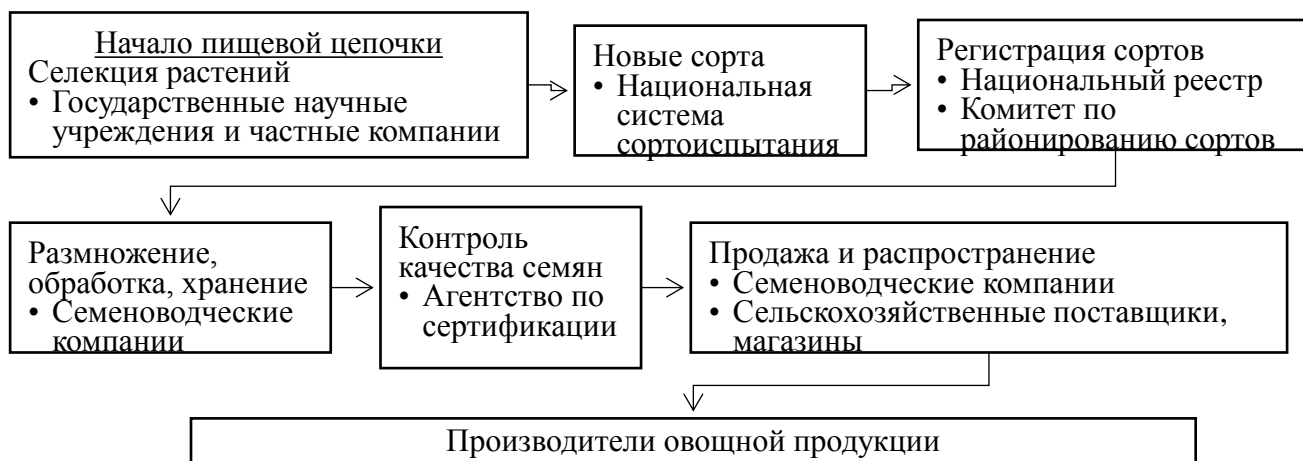


Рис. 1. Семенная цепочка овощеводства

Развитие российской экономики семеноводства началось в начале XX века.

Этапы инновационного развития семеноводства в России:

1) 1920 г. - заложен Грибовский сортовой питомник под названием «Селекционный отдел Осорьинского семенного района»,

2) 1921 г. - Грибовская селекционная станция, на которой создано более 240 сортов и гибридов, составляющих «золотой фонд» России. В период с 1921 по 1923 год в каталоге семян Госсельхозскладов Наркомзема РСФСР насчитывалось и рекомендовалось для производства 326 сортов овощных и бахчевых культур.

3) 1931 г. - станция была передана в ведение Научно-исследовательского института овощного хозяйства и выполняла функции отдела по селекции и семеноводству.

4) 1932 г. - Научно-исследовательский институт овощного хозяйства (НИИОХ). В его систему входили: селекционная станция Грибовская, овощные опытные станции – Ростовская (на Дону), Воронежская, Западно-Сибирская, Быковская бахчевая, Краснодарская, Адлерская, Херсонская, Крымская.

5) 1949 г. - выделили из системы НИИОХ для дальнейшего научного роста и превращения в «центральное образцовое научно-исследовательское учреждение по селекции и семеноводству овощных культур».

6) 1970 г. - на базе Грибовской овощной селекционной станции организован Всесоюзный научно-исследовательский институт селекции и семеноводства овощных культур (ВНИИССОК).

7) С 1995 г. по 2014 г. число опытных станций, входящих в состав института, сократилось до семи опытных станций (Бирючукская, Воронежская, Быковская бахчевая, Западно-Сибирская, Приморская и Ростовская ОС по цикорию).

8) 2017 год - реорганизация ВНИИССОК путем присоединения к нему семи научных учреждений, расположенных в различных регионах страны, с переименованием в Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр овощеводства» (ФГБНУ ФНЦО).

Итог столетнего развития селекционной деятельности (1920-2020 гг.):

- создано более 1270 сортов и гибридов овощебахчевых культур,
- свыше 600 методических и технологических разработок,

– подготовлено около 500 специалистов высшей квалификации через аспирантуру и докторантуру.

Российскими селекционерами-овощеводами созданы сорта и гибриды, не уступающие лучшим иностранным аналогам. В Государственном реестре немало российских сортов, по урожайности они не уступают зарубежным, но доля селекционных достижений для товарного производства постоянно уменьшается. Для этого требуется гарантийный спрос на семена российских сортов и гибридов.

На мировом рынке производителей семян доминируют несколько крупных транснациональных корпораций (Monsanto (США), Syngenta (Швейцария), Bayer CropScience (Германия), Limagrain (Франция), ТАКII (Япония), Rijk Zwaan (Нидерланды), Sakata (Япония) (рис. 2).

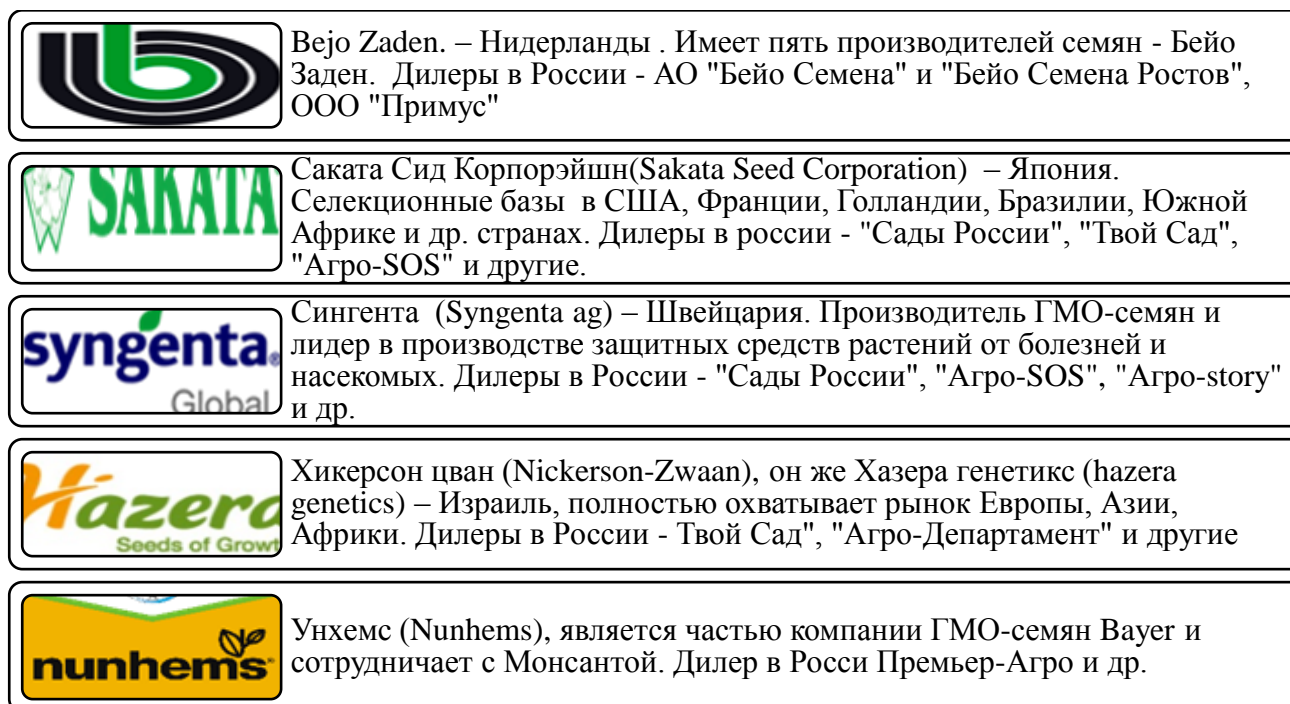


Рис. 2. Мировые производители семян овощных культур

Пять корпораций, представленных на рис. 2 контролируют 75% мирового рынка семян овощных культур и в их ассортиментный состав состоит на 98% из гибридов F1, который выводится только один раз в одном поколении.

Положительные их стороны: высокая урожайность, самоопыление, выдерживают неблагоприятную погоду, быстрое созревание и др.

Тенденция использования гибридных семян растет во всем мире благодаря их высокой продуктивности. С точки зрения селекционера, получение гибридов – это быстрый и удобный способ объединить желательные признаки и гарантия сохранения прав интеллектуальной собственности.

Деятельность мировых компаний по товарному семеноводству регулируется правилами ISF (всемирной ассоциации семеноводов). В ISF входят как семеноводческие компании, так и страны, представленные национальными семеноводческими ассоциациями.

Для выхода на рынок необходимо точно знать запросы сельскохозяйственных товаропроизводителей, и мгновенно на них реагировать.

В настоящее время Министерство сельского хозяйства РФ финансирует голландские фирмы в виде дотаций на покупку семян-гибридов, а лаборатория фирмы «Гавриш» в Москве разрабатывает маркеры, проверяет уровень гибридности у семян, определяет зараженность вирусами и другими болезнями.

Для успешного развития российской экономики семеноводства необходимо:

- 1) чтобы за каждым селекционером должен стоять семеновод;
- 2) чтобы семеновод производил качественные семена;
- 3) маркетинговый отдел (представительство) по всем регионам РФ для продвижения отечественный семенной материал.

Сегодня научную деятельность ученых оценивают по индексу цитирования в специализированных научных изданиях. Перед учеными-селекционерами стоит задача о необходимости повышении индекса Хирша (от которого напрямую зависит зарплата селекционера), а в итоге:

- ученые не успевают запатентовать свои разработки (вследствие недостаточной правовой осведомленности);
- в целях повышения цитируемости бесплатно делятся информацией с конкурентами;

– пред селекционером стоит выбор - идти в поле на испытательные участки (в сезон на счету каждый час) или свои научные достижения готовить к публикации в открытый доступ. В овощеводстве, наука ради науки – бесперспективна. Только производственные испытания могут дать объективную оценку достижениям селекционеров;

– роялти авторам сортов полагается только после внесения его в государственный реестр.

В отрасли овощеводства необходимо четкое соблюдение технологических операций «Сортосмена» и «Сортообновление». Количество и качество посевного материала определяется процессами «Сортосмена» и «Сортообновление», осуществляемыми в привязке к агрофону на минеральных удобрениях. Решающая роль в овощеводстве принадлежит сорту и уже конкретно под него разрабатываются технологии выращивания и комплектуется соответствующая сельскохозяйственная техника [1].

Экономика семеноводства овощных культур – это мощная единая мировая отрасль, где уже давно произошло мировое разделение труда: климат, инфраструктура, оборудование, склады, доработка, специалисты. Выделены природно-климатические зоны, которые идеально подходят для выращивания семян тех или иных овощных культур.

Основное направление в развитии экономики семеноводства определяет покупатель. В 80-е годы академик А.А. Жученко высказывал положение о смене агрономических парадигм в овощеводстве: вместо валовых сборов, урожайности, объемов, он обосновал необходимость перехода на качество продукции, вкус, товарность, внешний вид, питательную и лечебную ценность, низкзатратные экологически безопасные технологии, в целом к адаптивному овощеводству.

Список использованных источников:

1. Чутчева Ю. В., Залтан Э. Вектор технического обеспечения овощеводства открытого грунта. *Экономика сельского хозяйства России*. 2020. № 3. С. 86-91.

УДК 657.1: 334.7

Богданюк О.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри статистики та економічного аналізу,
Національний університет біоресурсів і природокористування України,
(м. Київ, Україна)

ДІАГНОСТИКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: сучасний процес управління сільськогосподарськими підприємствами потребує швидкого реагування на зміну зовнішнього середовища. В статті розглянуто основні ризики зовнішнього середовища функціонування аграрних підприємств, надано рекомендації щодо можливостей забезпечення стійкості аграрного бізнесу в умовах впливу глобалізованого середовища та ризиків

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства, зовнішнє середовище, ризики.

Зміна парадигми управління сучасними підприємствами аграрного бізнесу зумовлена об'єктивними ринковими процесами, змінами форм власності та господарювання, жорсткими умовами бізнес-середовища. Водночас, процес управління ускладнюється часто неконтрольованими умовами зовнішнього середовища, в якому функціонують аграрні підприємства.

У XVI виданні Глобального звіту про ризики, Всесвітнього економічного форуму [1], аналізуються глобальні ризики зовнішнього середовища, які мають вагомий вплив на економіку країн. Зокрема розглядається: здоров'я людини та вплив COVID -19, зростання безробіття, розширення цифрових розривів, розчарування молоді та геополітичну фрагментацію. Деградація навколишнього середовища, як і раніше, є екзистенційною загрозою для людства - ризикує перетнутися з переломами в суспільному середовищі, що матиме серйозні наслідки. Проблеми глобальних ризиків посилюються надзвичайною вразливістю сільського господарства до зміни клімату. Негативні наслідки зміни клімату вже відчуються у вигляді підвищення температури, мінливості погоди, зміщення меж агроєкосистеми, а також більш частих екстремальних погодних явищ.

Для підприємств аграрного бізнесу зміна клімату впливає на зниження врожайності сільськогосподарських культур та поживну якість основних зернових культур, що призводить і до зниження продуктивності тварин. Для підтримки поточної врожайності та досягнення збільшення виробництва та якості продуктів харчування в аграрному виробництві, необхідні будуть значні інвестиції. Відповідно, керівникам аграрних підприємств потрібно швидко адаптуватися та реагувати на виклики ззовні.

За даними Міжнародного валютного фонду, світова економіка знаходиться, на сьогодні, в найглибшій кризі мирного часу, що пов'язано із впливом глобальних ризиків, зокрема пандемії COVID -19. Світовий обсяг виробництва в 2020 році скоротився на 4,4% [2]. Дані Статистики України вказують на те, що реальний валовий внутрішній продукт у 2020р. порівняно із 2019р. зменшився на 4,0%, а у сільському господарстві реальний ВВП зменшився на 11,5 % порівняно до попереднього року [3], що є результатом впливу не лише пандемії, а й несприятливих погодніх умов.

У звіті ФАО за 2020 рік було виявлено, що майже 690 мільйонів людей (або 8,9 відсотка населення світу) голодують, абсолютний приріст 60 мільйонів за п'ять років. Виклик продовольчій безпеці стане складнішим, оскільки світ повинен буде виробляти приблизно на 70 % більше продовольства до 2050 року, щоб прогодувати приблизно 9 мільярдів людей [4].

Зважаючи на важливість сільськогосподарського виробництва для забезпечення продовольством населення світу та існуючі тенденції до загострення економічної кризи в світі, й в Україні зокрема, важливо виробити стратегію управління сільськогосподарським виробництвом, яка б на тактичному й стратегічному рівні, з використанням аналітичних процедур, своєчасно реагувала на можливі ризики ззовні.

Світовий економічний форум в Давосі, у відповідь на COVID-19 та інші глобальні ризики, пропонує чотири можливості управління для зміцнення загальної стійкості країн, бізнесу та міжнародної спільноти:

- 1) формулювання аналітичних рамок, які приймають цілісний і системний погляд на вплив ризиків;
- 2) інвестування у гучних «чемпіонів з ризиків» для заохочення національного лідерства та міжнародного співробітництва;
- 3) покращення комунікацій з ризиками та боротьба з дезінформацією;
- 4) вивчення нових форм державно-приватного партнерства щодо готовності до ризиків.

Коли світ все більше піддається ризику зовнішнього середовища, сучасним керівникам аграрного бізнесу необхідно швидко реагувати на їх зміни, мобілізуючи внутрішні ресурси для зміцнення стійкості підприємства. Саме тому, на думку автора, розробка системи оцінки ймовірносних, прогнозних загроз та можливостей ззовні у поєднанні з оцінкою внутрішніх елементів «економічного ланцюга» підприємства, дасть можливість забезпечити конкурентоспроможність аграрних підприємств в умовах впливу глобалізованого середовища та ризиків.

Список використаних джерел:

1. Звіт Світового Економічного форуму 2021. URL: [Global Risks Report 2021 - Reports - World Economic Forum \(weforum.org\)](#)
2. МВФ. Світові економічні перспективи. 2019 та 2020 роки. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO>
3. Державна служба статистики України. URL: [Державна служба статистики України \(ukrstat.gov.ua\)](#)
4. ФАО. Ключові повідомлення. URL: [THE STATE OF FOOD SECURITY AND NUTRITION IN THE WORLD 2020 \(fao.org\)](#)

УДК 330.35.011

Богун Максим Михайлович, викладач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Черкаський державний бізнес-коледж
(м. Черкаси, Україна)

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ

Анотація: Підвищення економічного розвитку України на основі ефективного перерозподілу фінансових ресурсів через механізм фінансового ринку є актуальним для забезпечення розвитку національної економіки. У статті розкриваються підходи до дослідження місця і ролі фінансових інструментів в сучасній економіці, а також характер взаємозв'язків і взаємозумовленості функціонування фінансового та реального секторів.

Ключові слова: фінансові інститути; держава; національна економіка; кредитування; економічне зростання; «фінансова репресія».

В Україні ведуться різні дискусії, якою має бути бюджетна і грошово-кредитна політика. Однак теоретичний огляд актуальних завдань розвитку цих політичних настанов засвідчує, що на сучасному етапі проблеми розподілу фінансових ресурсів, оптимізації структури оподаткування залишаються невирішеними. Розглядаючи найпростішу модель структури економіки і те, як в ній розподіляються фінансові ресурси, можна оцінювати вплив цієї структури і фінансових інститутів на економічне зростання національної економіки в аспекті розвитку «фінансової репресії».

Фундаментальним теоретичним підґрунтям для втручання держави в економічні процеси є теорія кейнсіанства, теорія розвитку, соціальна теорія, концепція сталого розвитку та ін. Результатом дії механізму державної підтримки є зменшення рівня трансакційних витрат суб'єктів, внаслідок чого підвищується ефективність економіки в цілому і створюється підґрунтя для її подальшого стійкого розвитку.

У рамках теоретичних досліджень економіки країн, що розвиваються, існує думка, що слабкість фінансової системи є визначальною причиною низького темпу економічного зростання в середньому на інтервалі. Тобто зростання в деякі роки є відносно високим, але з часом спостерігається майже такий же спад,

який знову змінюється ростом. Такий нестійкий розвиток країн, що розвиваються, змушує аналітиків-економістів прийти до висновку про крайню нестабільність і нерозвиненість їх фінансової системи. Більш того, в звітах великих фінансових світових структур (Світового банку) з'явився навіть спеціальний термін - «фінансова репресія». Термін «репресія» тут вживається в значенні «придушення», гальмування або пригнічення економічного зростання [2].

Слабкість і сила фінансової системи визначаються її можливостями кредитувати розвиток і стійкістю до різних внутрішніх і зовнішніх (непередбачених) шоків. Гроші повинні створюватися пропорційно зростанню числа транзакцій, обсягу благ (товарів і послуг, що надаються) з урахуванням інституційно визначеної для даного моменту середньої швидкості їх обігу (оскільки видів грошей існує безліч, що знаходить відображення в кількох агрегатах обліку грошової маси). Саме ця відповідність є вкрай невизначеною в сучасній економіці. У той же час стійкість фінансової системи визначається станом бухгалтерських балансів банків, зміною процентних ставок, станом фондового ринку, величиною власного капіталу агентів фінансового та нефінансового ринків, динамікою цін і навіть довірою до фінансової політики уряду і банківської системи. Негативна зміна однієї або сукупності перерахованих характеристик може провокувати спад економічної активності агентів, впливати на їх адаптаційні характеристики.

Якщо ж подавати фінансову систему як агрегованого посередника, який направляє заощадження (частину створеного і накопиченого національного доходу) по каналах найбільш ефективного використання (саме такий стереотип діє у економістів-ортодоксів і фінансистів), то сектори, названі неефективними, отримують явно менший кредитний ресурс і фінансування. При цьому незрозумілим залишається, чи є скорочення або зникнення цих секторів корисним для населення. При згортанні кредитування нібито неефективних видів діяльності з позиції суто фінансового критерію фінансова стійкість зростає,

але економіка може втратити корисні види діяльності. Таким чином, виникає протиріччя між необхідністю «фінансового балансу» в поточному режимі і майбутнього доходу, а також різноманітності видів діяльності, що характеризується невимірною вигодою. Виникає ситуація, коли «фінансову репресію», тобто, гальмо економічного зростання, що виходить від фінансової системи, пропонується реалізувати шляхом справжньої репресії економічних видів діяльності заради підвищення стійкості фінансової системи, оскільки мета фінансів (кредитів) - направлятися туди, де вони можуть бути успішно компенсовані відповідно до прийнятих в сучасному суспільстві правил функціонування фінансових інститутів.

Як фактори слабкості фінансової системи в країнах, що розвиваються, часто називають слабкість законодавства, відсталі і неузгоджені з сучасними вимогами розвинених країн стандарти обліку, провали економічної політики внаслідок кредитування неефективних програм, а також націоналізація банків або посилення контролю у форматі укрупнення банківського капіталу і розширення контрольних функцій держави над банківською системою. Однак якщо зняти ці інститути, то фінансові ресурси спрямовуватимуться в украй обмежені види діяльності, які з фінансової точки зору забезпечать повернення фінансів за рахунок інших видів діяльності. Іншими словами, якщо прибутковим є сировинний сектор і послуги, то ресурс переважним чином буде переміщатися в ці види діяльності, збіднюючи обробний сектор, науку та ін.

Тут постає проблема вибору між якістю розвитку (зростання) і його темпом. Основне рішення зводиться до визначення того, як структура банківського капіталу, процентних ставок, інвестицій в старі і нові технології впливає на темп розвитку. Ці пропорції і складають якість економічної системи, відображають її структурну побудову, демонструють, на що здатні системи з різною структурою. Структура активів (грошові кошти, цінні папери різних видів, позики різних видів - промисловість, видобуток, іпотека, комерція, споживчі позики, міжбанківські та інші активи тощо) та пасивів (чекові депозити, не чекові

депозити - строкові депозити різного виду, позики різного виду, власний капітал тощо) банківської системи важлива при оцінці стійкості фінансової системи [4]. Але в свою чергу вона стає результатом сформованої базисної економічної структури, що забезпечує вигоди кредитування тих чи інших секторів.

Таким чином, рішення задачі реструктуризації економіки не підпадає під виключно «ринкову логіку» розподілу фінансового ресурсу і рівнозначну їй оцінку сили/слабкості фінансової системи. Це завдання зводиться до проєктування економічної структури. Іншими словами, економічна політика повинна виходити із завдання формування структури, під яку необхідно створювати нові стимули і, ймовірно, фінансові інститути та інструменти. «Фінансова репресія» виникає, як було сказано, в силу загальних заходів грошово-кредитної і фінансової політики, коли ростові можливості різних підсистем економіки в силу тих чи інших причин придушуються.

Підводячи підсумок аналізу впливу фінансової структури і фінансових інститутів на зростання економіки, потрібно відзначити, що економічна політика на всіх рівнях повинна бути узгодженою і припускати логічну послідовність її реалізації.

Список використаних джерел:

1. Сухарев О. С. Теория реструктуризации экономики. М.: Ленанд, 2016. 256 с.
2. Finance for Growth: Policy Choices in a Volatile World. World Bank and Oxford University Press, 2001.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. 864 с.
4. Рыкова И. Н., Фисенко К. В. Кризис ликвидности: опыт зарубежных стран. Финансы и кредит. 2007. № 45 (285) С. 70–74.
5. Миронов Ю.Б., Миронова М.І. Інституціоналізація як соціально-економічний феномен. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 17. Ч. 3 С. 9-11.

УДК (005.5:005.21):005.53

Бондарчук В. В., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту ім. проф. Є.В.Храпливого,
Львівський національний аграрний університет
(м. Львів, Україна)

КОНТРОЛІНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Анотація: Розглядаються питання організації контролінгу на підприємстві як важливої складової інформаційного забезпечення процесу прийняття та реалізації управлінських рішень в системі стратегічного управління.

Ключові слова: Контролінг, стратегічне управління, прийняття рішень.

Управлінський облік виступає як вихідний елемент організації системи контролінгу на підприємстві. За своїм змістом він представлений інформаційно-аналітичним процесом про виробничо-господарську діяльність, який її описує, аналізує та оцінює всередині підприємства, формує основу для прийняття управлінських рішень з планування, координації та регулювання поточної операційної діяльності, визначення стратегічних цілей з його розвитку на середньострокову та довгострокову перспективу. Завдяки управлінському обліку процес управління поєднується з обліковим процесом.

Функціональне призначення управлінського обліку на аграрному підприємстві – своєчасно відображати рух товарно-матеріальних цінностей в процесі операційної діяльності у натуральній та вартісній формі, її аналізувати, порівнювати з плановими (нормативними) показниками, своєчасно виявляти відхилення та їхні причини, надавати керівникам, відповідальним за організацію операційної діяльності, рекомендації з їх усунення, визначати та аналізувати фінансові результати від виробничо-господарської діяльності та вести постійний контроль за рухом грошових коштів на підприємстві. Тому саме організація ефективного обліку у значній мірі впливає на результативність системи управління на підприємстві та його прибутковість.

У зв'язку з ускладненням інформаційних зв'язків в системі управління аграрним підприємством та виникненням нових запитів на якість інформаційних потоків у зв'язку з поширенням у практиці прийняття управлінських рішень та

Постановка цілей в загальному процесі контролінгу передбачає визначення кількісних та якісних цілей підприємства і вибір критеріїв, по яких можна оцінити ступінь досягнення поставлених завдань перед операційною діяльністю в процесі її здійснення.

В процесі планування реалізації цілей здійснюється перетворення цілей підприємства в прогнози і плани. Першим важливим кроком планування є аналіз сильних та слабких сторін діяльності підприємства, його можливостей та небезпек. За результатами цього інформаційно-аналітичного процесу спочатку розробляється стратегія розвитку діяльності підприємства на середньострокову та довгострокову перспективу, а потім на їхній основі – планові або виробничі завдання для усіх структурних його підрозділів, задіяних до реалізації стратегії.

Організація управлінського обліку як елементу контролінгу, ставить своїм завданням відображення всієї фінансово-господарської діяльності підприємства у ході виконання планових завдань підрозділами підприємства. Специфіка управлінського обліку полягає в тому, що він орієнтований на інформаційні потреби керівника підприємства та його підрозділів, які пов'язані з прийняттям і реалізацією оперативних, поточних та стратегічних управлінських рішень. Для ефективного виконання цього завдання необхідно сформувати на підприємстві в межах контролінгу адресні цільові інформаційні потоки. Саме контролінг є постачальником інформації, необхідної для забезпечення ефективного функціонування системи управління на підприємстві. Спеціалісти функціональних підрозділів на основі сформованих інформаційних потоків здійснюють аналіз виконання планових завдань, визначають фактично отримані результати та порівнюють їх з нормативними, визначеними в процесі планування. З метою перевірки на об'єктивність відображення витрат і результатів діяльності використовується функція загального контролю, яка оцінює рівень впливу поточних і проміжних результатів на досягнення стратегічних орієнтирів в середньостроковому та довгостроковому періоді.

Отримавши в такий спосіб оперативну інформацію про поточний стан

діяльності підприємства, керівники на різних рівнях управління в межах своїх повноважень можуть здійснювати моніторинг фінансово-господарської діяльності як окремих підрозділів, так і підприємства, загалом, відслідковувати процеси у режимі реального часу, складати оперативні звіти за результатами роботи, порівнювати цільові результати з фактично досягнутими, пропонувати заходи з усунення виявлених відхилень, або закріплення та подальшого розвитку проміжних результатів [1].

Таким чином основним завданням ефективного контролінгу як інформаційно-аналітичного забезпечення процесу прийняття та реалізації управлінських рішень на підприємстві є організація постійного моніторингу та збору, опрацювання і передачі інформації з поточної операційної діяльності для своєчасного виявлення небажаних відхилень фактичного стану від прогнозованого та прийняття відповідних управлінських рішень для їх усунення.

Список використаних джерел:

1. Бондарчук В.В. Інформаційне забезпечення організації ефективного контролінгу на підприємстві. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти. III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференція. 17-19 березня 2021 р. м. Львів. Львів. ЛНАУ. 2021. С. 313-315.

УДК 339.187.4

Л. Боровік, д.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів
Л. Потанер, аспірантка
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ В СИСТЕМІ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація: Однією із найбільш слабких ланок у системі функціонування сільськогосподарських підприємств є організація збуту продукції, що пов'язано з проблемами, недостатнє вирішення яких є причиною неповного задоволення попиту, недоотримання прибутку, збільшення ризиків, пов'язаних зі збутовою діяльністю на внутрішніх та зовнішніх ринках. Низька ефективність системи збуту в аграрній сфері спричиняє значні втрати продукції та доходів сільськогосподарських товаровиробників.

Ключові слова: сільське господарство, збут, логістика, маркетинг.

В умовах монополізованого ринку аграрні виробники змушені збувати продукцію посередницьким та переробним підприємствам, які диктують закупівельні ціни. Дисбаланс у реалізації економічних інтересів учасників ринку аграрної продукції, світові тенденції зростання цін на продовольство зумовлюють первинну необхідність пошуку шляхів максимізації результатів реалізації продукції аграрних підприємств.

Аналіз показав, що традиційними каналами реалізації сільськогосподарської продукції в Україні є: комерційні посередники, власна торговельна мережа, інші аграрні товаровиробники, працівники підприємства й споживачі, що купують продукцію у виробника. Альтернативними методами розподілу продукції є продажі з використанням таких інструментів як переробка сільськогосподарської продукції на давальницьких умовах, товарний кредит, бартер. Прогресивною формою співробітництва підприємств усіх сфер агропродовольчого комплексу у сфері виробництва й збуту продукції є організація маркетингових систем її розподілу. [2, с 103]. Сучасна структура каналів збуту сільськогосподарської продукції в аграрних підприємствах має наступний вигляд (рис. 1).

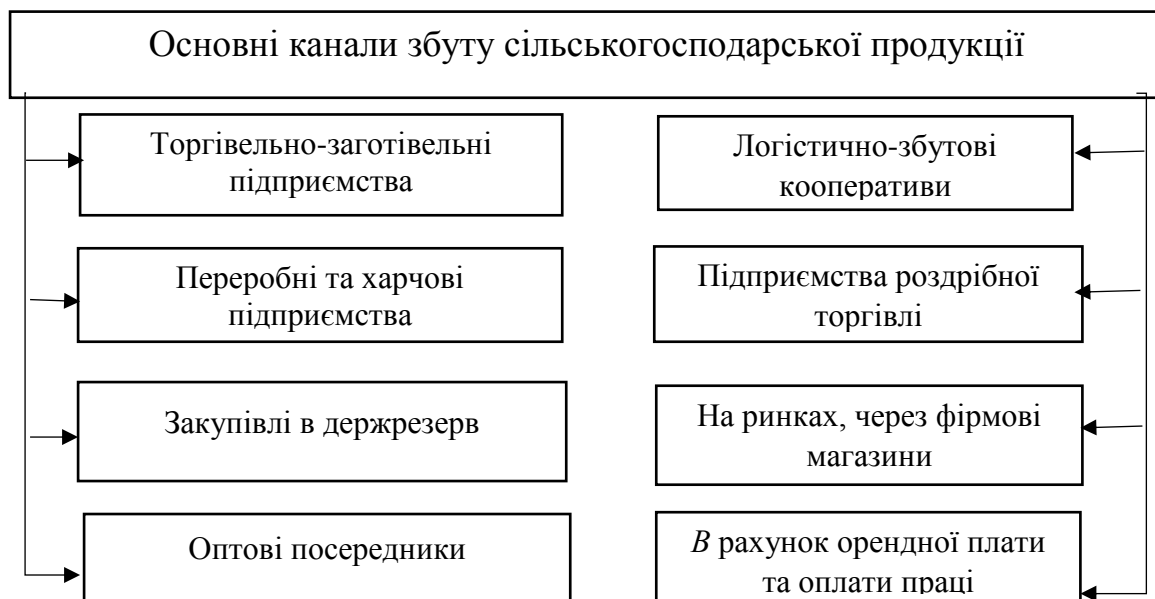


Рис. 1. Структура каналів збуту сільськогосподарської продукції на внутрішньому ринку

Також слід зазначити, що масштаби діяльності підприємства суттєво впливають як на формування системи ринкового розподілу його продукції, так і на управління нею. При цьому чим більшими є обсяги виробництва окремого виду сільськогосподарської сировини, незалежно від її галузевого відношення, тим легше знаходять практичну реалізацію намагання підприємства до залучення найвигідніших каналів розподілу продукції для використання при збуті своєї продукції. Пояснюється дана обставина тим, що більші за розмірами, виробничим потенціалом, а отже, і масштабами виробництва та реалізації продукції підприємства здатні акумулювати комерційно цікаві товарні партії, які підприємство здатне реалізовувати на більш високих рівнях маркетингової інфраструктури цільового ринку [1, с. 10].

Поряд з цим зі збільшенням масштабів виробництва перед підприємством відкриваються можливості для використання інструментів біржової торгівлі, проведення форвардних та ф'ючерсних операцій зі своєю продукцією, скорочується довжина каналів розподілу, орієнтованих на експорт, що сприяє розвитку та реалізації експортного потенціалу аграрного підприємства.

Для малих та середніх товаровиробників актуальним є налагодження власної оптової торгівлі на основі об'єднання господарств у збутові кооперативи,

що дозволить їм залишити у себе значну частку оптової націнки та знизити роздрібну ціну на власну продукцію [3]. Внаслідок цього забезпечується підвищення товарності продукції та отримання додаткового прибутку. У кооперативі можна спільно утримувати фахівців з маркетингу, які краще орієнтуються у потребах ринку і вимогах споживачів, можливостях успішного просування продукції на місцеві і регіональні продовольчі ринки. Через кооператив можна сформувати значно більші партії продукції з високою товарною якістю, сортуванням, пакуванням товару, що завжди вигідно як для продавця, так і для покупця. Отже, одним із найбільш перспективних шляхів просування сільськогосподарської продукції до споживача є схема: "виробник — збутовий кооператив — оптовий ринок (переробник) [4].

Отже, пошук і розвиток нових, ефективніших каналів збуту продукції є найбільш критичним важелем прибутковості сільськогосподарських товаровиробників. При цьому товаровиробники мають використовувати прогресивні технології та передовий досвід як вітчизняний, так і закордонний, для того, щоб отримати висококонкурентну продукцію, стабільні канали збуту і, як результат, високий прибуток. Підвищенню ефективності виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції малих і середніх суб'єктів господарювання сприяє посилення їх зусиль на розвиток кооперативних засад.

Список використаних джерел:

1. Колос З.В. Проблеми збутової діяльності сільськогосподарських підприємств. З.В Колос. *Агросвіт*. 2016. №10. С. 8-11
2. Кадирус І.Г., Донських А.С., Якубенко Ю.Л. Економічні особливості збутової діяльності аграрних підприємств. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2019. №15. С. 102-107
3. Боровік Л. В. Інновації—основний метод активізації інвестиційних процесів у сільському господарстві. *Фінансовий простір*. 2020. №1(37). С. 8 – 15.
4. Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Формування молодіжного підприємництва в Україні та аналіз факторів впливу на його розвиток. *Фінансовий простір*. 2019. №3. С. 139 – 147.

УДК 658

І. І. Булах, викладач вищої кваліфікаційної категорії,
викладач – методист,
О.В. Шиманська, викладач вищої кваліфікаційної категорії,
викладач – методист,
ВСП Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу УНУС
(м. Умань, Україна)

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація: Дослідження контролінгу, його функціональної ролі та значення в системі управління підприємством, аналіз існуючих видів та інструментарію, концептуальних засад і принципів його формування сприятиме ефективності управління з позиції операційної результативності та забезпечення стабільного функціонування у перспективі.

Ключові слова: контролінг, інструменти, показники, мотивація, контролінгова діяльність, управління, підприємства.

Діяльність вітчизняних підприємств знаходиться в площині суттєвого впливу як недовільно врегульованого суспільно- економічного середовища, так і глобалізаційних процесів. Одним із важливих факторів забезпечення сучасних потреб управлінської системи підприємств національної економіки є впровадження на підприємстві дієвого на практиці «економічного інструментарію, покликаного надавати своєчасну, об'єктивну, релевантну інформацію, сформовану з дотриманням загальносвітових критеріїв» [2, с.14].

Впровадження контролінгу надасть реальні шанси підприємствам вийти з кризового стану, оптимізувати інформаційні потоки та організаційну структуру, вистояти в конкурентній боротьбі, контролювати процес поставлених цілей та можливість забезпечення позитивного фінансового результату.

Впровадження контролінгової діяльності розглядають тим засобом, який спроможний об'єктивно посилити ефективність управлінських процесів і результативність діяльності підприємств вітчизняної економіки і зокрема машинобудівної галузі.

У вітчизняній теорії і практиці прийнято вважати, що англomовний термін «controlling» найбільш об'єктивно відображає суть концепції, яка у своїй основі

синтезує декілька функціональних управлінських інструментів, передусім, управлінський облік, планування, контроль та аналітичну роботу, координуючи в такий спосіб роботу різних структур управлінської системи. Розглядаючи контролінг як принципово нову системну концепцію інформації й управління, його інколи характеризують обліково-аналітичною системою, яка з використанням різних засобів позитивно впливає на ефективність оперативного і стратегічного управління в процесах досягнення цілей і результатів діяльності підприємства.

Під конструктивним контролінгом найбільш об'єктивно, на наш погляд, розглядати спеціально створену систему на базі планування, бюджетування, обліку, аналізу, моніторингу, аудиту і контролю, синтезу їх змісту та завдань. Загалом можна стверджувати, що понятійний базис у теоріях контролінгу повинен ґрунтуватися на послідовному поєднанні складових контролінгу в єдину та чітко сформульовану систему, яка сприяє тому, що підприємством може бути досягнута основна його ціль – вплив на ефективність управління з точки зору операційної результативності та забезпечення стабільного функціонування у перспективі.

Функціональним змістом бюджетування у системі контролінгу є контроль чинників, які безпосередньо впливають на оптимізацію доходів і витрат підприємства загалом і в розрізі окремих сфер його діяльності, забезпечують об'єктивність коригування їх величини та оперативність при реагуванні на визначені відхилення.

В результаті застосування різних методів економічного аналізу у системі контролінгу отримується аналітична інформація різних аспектів діяльності підприємства, зокрема відхилення показників, що аналізуються, визначається і встановлюється вплив на них окремих факторів, які найбільш очевидно характеризують зміни і виступають базовою основою для економічного обґрунтування управлінських рішень.

У багатьох випадках вважається, що використання внутрішнього аудиту в

системі контролінгу надасть змогу виконувати основні завдання системи внутрішнього спостереження (контролю), отримувати обґрунтовану впевненість щодо достовірності даних обліку та показників звітності, дотримання чинної нормативно-правової бази, забезпечуючи керівництво достовірною інформацією про об'єктивні показники діяльності підприємства.

Основні інструменти аналізу є важливою складовою контролінгу підприємства, на основі яких визначають найважливіші дані для прийняття управлінських рішень. Саме на їх основі розробляються коригувальні заходи для уточнення тактики і стратегії функціонування підприємства; а також уточнюються відповідні інструменти для планування, контролю і прийняття управлінських рішень.

Система моніторингу підприємства представляє собою розроблений план для цілей зовнішнього спостереження за показниками діяльності підприємств галузі, з метою встановлення відхилень результатів підприємства від середньогалузевих та виявлення причинно-наслідкових факторів цих відхилень. Разом з тим результати моніторингу можна використати управлінському персоналу підприємства для адаптації до зміни економічного середовища його функціонування та успішного виживання в умовах конкуренції. Водночас така адаптація передбачає набуття підприємствами здатності до розвитку, за рахунок зміни багатьох підходів до організації господарської діяльності, зокрема скерування процесу управління передусім для набуття здатності втриматись на певному сегменті ринку.

Система моніторингу повинна відстежувати процеси, що відбуваються на підприємстві у режимі реального часу, формалізуючи в оперативних звітах дані та оцінюючи фактори впливу на порівняння планових результатів із фактично досягнутими. Отримуючи такого типу інформацію служба контролінгу може розробляти пропозиції та рекомендації щодо покращення діяльності підприємства [3, с. 106].

Діагностика повинна бути невід'ємною складовою механізму контролінгу,

оскільки дозволяє оцінити ситуацію з ретроспективної, поточної та перспективної позицій, виявити можливі шанси і загрози середовища господарювання, а також сформувати інформаційний масив даних для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. У результаті формуються варіанти обґрунтованих управлінських рішень, які узгоджуються з керівництвом [3, с. 106].

Отже, моніторинг у системі контролінгу є механізмом реалізації його завдань, вагомою складовою інформаційно-аналітичної бази підготовки варіантів рішень для системи управління, визначення розмірів відхилень практичних результатів від передбачуваних, виявлення причин цих відхилень та своєчасне реагування на них.

Для української практики зміст моніторингу в системі контролінгу нами розглядається через призму якості загального обсягу та характеру інформаційної бази, необхідної не тільки для ефективності та раціональності управлінської системи, але й придатної для координації структурних елементів та здійснення контрольних функцій по всій вертикалі управлінської ієрархії. Інформаційно-координаційну компоненту, як і контрольну функцію такого управлінського інструмента вважаємо провідним елементом у системі факторів, які й визначають його практичну дієвість в підвищенні ефективності управлінських процесів.

Зважаючи на різні цілі підприємств, їхній потенціал та економічний стан, низку інших специфічних аспектів в діяльності вважаємо, що систему контролінгу не можна розглядати через призму «універсальності», а лише цілісною інтегрованою системою з чітко визначеними для конкретного підприємства видами і змістом інформації.

Отже, контролінгову діяльність підприємства ми розглядаємо як управлінську концепцію, яка являє собою системний і комплексний економічний інструментарій, в якому координується сукупність взаємопов'язаних фінансово-економічних методів, способів, інструментів та важелів на основі і за допомогою

яких формується інформаційно-аналітична база для вироблення раціональних управлінських рішень, здійснюється контроль за їх виконанням, проводиться коригування операційних планів і стратегічних цілей підприємства. Пропонована в таких координатах методологія контролінгу на підприємстві дозволить інформаційно забезпечувати спрямованість управлінських процесів на підвищення операційної результативності своєчасну концентрацію ресурсів для розвитку, а також вирішування поставлених завдань, контролювати діяльність підрозділів і підприємства в цілому та за окремими видами діяльності.

Список використаних джерел:

1. Булеев, И.П. и Пилипенко, А.А., 2007. Инструментарий и методы организации внедрения сбалансированой системы показателей на предприятии. Бизнес-Информ, 10, с.70-80.

2. Жигало, І.І., 2014. Економічний інструментарій в управлінні машинобудівним підприємством. Кандидат наук. Національний університет «Львівська політехніка».

3. Лемішовський, В.І., 2016б. Інструментарій фінансово-економічного аналізу, діагностики і моніторингу в системі контролінгу машинобудівного підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 20/1. С.103-107.

УДК 338.1

Вашків Олександр Павлович

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі

Рибницький Тимофій Ігорович

магістрант групи ПТБДм-11
Західноукраїнського національного університету
(м. Тернопіль, Україна)

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ НА ПРИНЦИПАХ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Анотація: Обґрунтовано необхідність формування бренду компаній з урахуванням принципів корпоративної соціальної відповідальності, запропоновано поетапну реалізацію брендингу компанією шляхом інтеграції КСВ основи бренду, залучення зацікавлених сторін і персоналу компанії, оцінки результативності брендингу.

Ключові слова: бренд, брендинг, компанія, принцип, корпоративна соціальна відповідальність.

В умовах загострення конкуренції бренд компанії перетворюється на ядро її діяльності, завдяки якому встановлюються і підтримуються відносини із клієнтами та потенційними споживачами. Бренд уособлює цінність продукту компанії для споживача. Адже саме бренд є рушієм ринку у XXI столітті. У зв'язку з цим постає питання переконливого і відповідального позиціонування власної продукції, зосереджуючи увагу споживачів на тих властивостях, які вигідно вирізняють її серед продукції конкурентів. Проте, сьогодні уже замало акцентувати увагу лише на особливостях власного продукту. Адже бізнес не функціонує ізольовано від суспільства, позаяк є однією із частин соціуму. Від діяльності компанії багато в чому залежить стан навколишнього середовища, стан соціальної сфери. Відповідно, соціальна спрямованість бізнесу все частіше включається у загальну стратегію розвитку компанії, одним з інструментів реалізації якої є брендинг. Саме за допомогою брендингу інформація про продукцію доноситься до споживача шляхом створення персоніфікованого її образу, котрий і націлює споживача на відповідний вибір. При цьому важливо розуміти, що бренд як «комплекс стійких асоціацій у свідомості потенційних

покупців» [5, с. 403] потребує сьогодні поєднання як інформації про унікальні характеристики самої продукції, так і про соціально-етичні та соціально-відповідальні заходи, здійснювані компанією, і котрі, в остаточному підсумку, формують її позитивний імідж у свідомості споживачів, співробітників, партнерів та суспільства в цілому.

Сучасні вітчизняні дослідження проблемних питань стосовно формування бренду компанії на принципах корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) лише починають з'являтися. Так, Л. Козин акцентує увагу на формуванні HR-бренду, базованого на принципах корпоративної соціальної відповідальності [3], а дослідження інших українських науковців відображають здебільшого маркетингові аспекти цього процесу у засобах брендингу. Зокрема, дослідження М. Белявцева та А. Зайцевої присвячене питанням соціально-орієнтованого маркетингу як інструменту брендингу [2]. Поряд з ними С. Хамініч та А. Ліхтер вивчають соціально-етичні аспекти маркетингу як елементу бренд-орієнтованого управління підприємством [5]. У зарубіжній науковій літературі діапазон досліджень задекларованої теми значно ширший. Тут оперують не лише питаннями лідерства у формуванні бренду на принципах корпоративної соціальної відповідальності [4], але й питаннями відповідального бренду, соціального бренду, чи бренду етичного [1]. Відтак, проблемні питання щодо формування українськими компаніями власних брендів, що базуються на принципах КСВ, потребують свого вирішення.

Корпоративна соціальна відповідальність позитивно впливає на оцінку бренду і поведінка споживачів, зазвичай, відображає їх позитивне ставлення до продукції компанії. Окрім впливу на поведінку споживачів, бренди є важливими для ширшої аудиторії зацікавлених сторін. Відповідальність є потужним рушієм бренду, оскільки глобалізація підштовхує бізнес від моделі акціонерів до моделі зацікавлених сторін. І хоча зацікавлені сторони все частіше використовують КСВ як критерій при оцінюванні компаній, сьогодні необхідна переоцінка управління брендом та репутацією з погляду відповідальності бізнесу перед

суспільством.

Тобто, у контексті досліджуваної теми брендинг доцільно трактувати як розвиток та управління відносинами між компанією, її клієнтами, зацікавленими сторонами та широкою громадськістю. Відповідно, процес формування бренду на принципах корпоративної соціальної відповідальності, на наш погляд, повинен включати кілька етапів:

- 1) інтеграція КСВ основи бренду;
- 2) залучення зацікавлених сторін;
- 3) залучення персоналу компанії;
- 4) оцінка результативності брендингу.

Згідно з дослідженням Ліндгріна і співавторів, вираження основної цінності корпоративної соціальної відповідальності та інтеграція вартості КСВ із цінністю бренду є важливими завданнями при формуванні відповідальних брендів [4]. Другий етап стосується залучення зацікавлених сторін і потребує врахування впливу брендингу на різні зацікавлені сторони. КСВ є встановленим критерієм для зацікавлених сторін при оцінюванні компаній і саме вони мають значний вплив на взаємозв'язок між цінністю бренду та організаційними перевагами. Крім того, залучення зацікавлених сторін впливає на фінансові результати діяльності компанії. Третій етап у формуванні бренду передбачає залучення персоналу компанії задля створення етичного ядра бренду. Створення етичного ядра бренду підтримується довірчими відносинами, розробленням та впровадженням етичної політики компанії. У цьому випадку бренд переймає цінності компанії, а ініціатива щодо діяльності з КСВ виходить від керівництва компанії та її працівників. Четвертий етап у процесі брендингу передбачає оцінку отриманого результату. Іншими словами – це можливість оцінити увесь процес створення бренду і з'ясувати його переваги та недоліки з метою подальшого удосконалення.

Отже, формування бренду на принципах корпоративної соціальної відповідальності має суттєвий вплив на створення позитивного іміджу компанії

і відношення цільових аудиторій як до самої компанії, так і її продукції. Безпосередній процес формування бренду на принципах КСВ з метою його ефективної реалізації повинен включати кілька етапів: інтеграцію КСВ основу бренду; залучення зацікавлених сторін; залучення персоналу компанії; оцінку результативності брендингу. Така послідовність дозволить, окрім бренду, розвивати соціальну спрямованість у функціонуванні компанії, працюючи, таким чином, не лише на благо суспільства, а й на саму компанію, її стійке становище на ринку.

Список використаних джерел:

1. Brunk K.H. Exploring the origins of ethical company/brand perceptions – A consumer perspective of corporate ethics. *Journal of Business Research*. 2010. № 63. P. 255-262. DOI: 10.1016/j.jbusres.2009.03.011.
2. Белявцев М.І., Зайцева А.М. Соціально-орієнтований маркетинг як інструмент брендингу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015, № 3. Т. 2. С. 244-250.
3. Козин Л.В. Формування HR-бренду на засадах принципів корпоративної соціальної відповідальності. *Ефективна економіка*. 2019. № 7. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.7.42.
4. Lindgreen A., Xu Y., Maon F., Wilcock J. Corporate social responsibility brand leadership: A multiple case study. *European Journal of Marketing*. 2012. № 46 (7/8). P. 965-993. DOI: 10.1108/03090561211230142.
5. Хамініч С.Ю., Ліхтер А.М. Соціально-етичний маркетинг як складова бренд-орієнтованого управління підприємством. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 7. С. 402-404.

УДК 65.012.8 (477)

Воронка Ольга Зіновіївна

к.е.н., викладач кафедри менеджменту
Львівський державний університет внутрішніх справ
(м. Львів, Україна)

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: Розвиток сучасних вітчизняних підприємств є стрімким та мінливим, що спричинено трансформаційними економічними змінами, посиленням конкурентної боротьби, зростанням податкового навантаження та виникненням низки проблем, пов'язаних з екологією. Така ринкова ситуація висуває нові вимоги та підходи не лише до процесу управління підприємством, прийняття управлінських рішень в нестандартних бізнес-ситуаціях, а й до методів та способів їх розв'язання, безпосереднього управління персоналом. Тому актуальною постає є проблема підбору управлінської команди, підвищення координації виробничо-збутових процесів підприємства, ефективності прийняття управлінських рішень для виконання стратегічних і оперативних завдань. Провідне місце у вирішенні цих проблем займає організація і забезпечення кадрової безпеки персоналу, його лояльності та відданості підприємства як основний напрям підвищення ефективності управління підприємством.

Ключові слова: кадрова безпека, людський капітал, кадровий потенціал, трудові ресурси, працівники, персонал, кадри.

З поняттям «кадрова безпека» тісно пов'язані такі поняття, як «людський капітал» та «кадровий потенціал», «трудова ресурси», «працівники», «персонал» і «кадри». Тому для побудови ефективного механізму зміцнення кадрової безпеки підприємства важливо розкрити і їхній зміст.

Приміром, А. Головка вважає, що «кадровий потенціал – це трудові можливості підприємства, здатність персоналу до генерування ідей, створення нової продукції, його освітній, кваліфікаційний рівень, психофізіологічні характеристики і мотиваційний потенціал» [1, с. 120-128].

О. Федонін, І. Репіна, О. Олексюк, досліджуючи кадровий потенціал, пропонують таке визначення: « – це існуючі на сьогодні та передбачувані можливості, визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними та іншими характеристиками персоналу підприємства» [2, с. 181].

Наведені визначення дають підстави стверджувати, що розвиток кадрового потенціалу виступає важливим стратегічним забезпеченням кадрової безпеки підприємства.

Формування кадрового потенціалу сучасного підприємства є одним з основних чинників інвестиційного розвитку економіки, оскільки створення реального потенціалу живої праці, знань і навиків, що охоплює безпосередньо ціле підприємство, трудовий колектив і кожного індивіда, поступово стає найбільш цінним та важливим активом організації. Стрижнева мета формування кадрового потенціалу підприємства полягає в забезпеченні його належними трудовими ресурсами, які здатні ефективно виконувати завдання та досягати поточних і стратегічних цілей організації

Трудові ресурси – це частина працездатного населення, яка володіє фізичними й розумовими здібностями та знаннями, необхідними для здійснення корисної діяльності [3, с. 256].

Трудові ресурси характеризуються такими параметрами: вік персоналу; виробіток; частка витрат на персонал; кар'єрне зростання; кваліфікація працівників; мотивація персоналу; науковий потенціал; окупність; підвищення кваліфікації; стаж працівників; плинність кадрів; питома вага кожної категорії персоналу; питома вага науково-технічних робітників; питома вага працівників з погодинною оплатою праці; питома вага торгового і збутового персоналу; задоволеність колективом; задоволеність роботою; рівень забезпечення патентами. Трудові ресурси, завдяки своїм відмінним рисам, мають специфічний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства. Достатня забезпеченість підприємства трудовими ресурсами потрібного рівня кваліфікації і професійних навиків, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для підвищення ефективності виробництва. Зокрема, від забезпеченості підприємства трудовими ресурсами та ефективності їх використання залежать обсяг і своєчасність виконання всіх робіт, ефективність застосування устаткування, машин, механізмів і, як результат, обсяг виробництва продукції, її собівартість, прибуток та низка інших економічних показників [4, с. 657].

О. Єгоршин вважає, що поняття «кадри», «працівники», «персонал» ідентичні, і дає наступне визначення: « – це складові частини трудового колективу підприємства, які виконують виробничі та управлінські функції» [5, с. 12]. А. Кібанов уже розрізняє поняття «персонал» та «кадри». Скажімо, під персоналом він розуміє особовий склад організації, який включає працівників, що працюють за наймом, а також власників та співвласників, що працюють на підприємстві [6, с.50].

Поняття «кадри» охоплює штатний склад працівників підприємства, який розділяється на дві великі групи: кадри управління та робочі кадри. Виходячи з цих визначень, категорії «кадри» та «персонал» можна однозначно віднести до характеристик складової «людські ресурси». Але сьогодні застосування цих термінів є, на нашу думку, доволі вузьким.

Персонал – найскладніший об'єкт управління в організації, оскільки, на відміну від речових факторів виробництва, є живим, має можливість самостійно приймати рішення, діяти, критично оцінювати поставлені до нього вимоги, має суб'єктивні інтереси і т. ін. Персонал є двигуном будь-якої організації [7, с. 344].

Персонал охоплює всіх працівників підприємства, які мають певну компетенцію, поєднують здібності та мотивацію кожного співробітника, визначають поведінку у рамках організації, згодні працювати за певного рівня оплати праці, запропонованого роботодавцем.

Термін «кадри» (з первинним значенням «рамка» в німецькій і французькій мовах) прийшов в управлінську термінологію з армійського лексикону, що означає основний (штатний) склад працівників підприємства, що мають достатньо високий рівень кваліфікації і значний стаж роботи на даному підприємстві

У контексті дослідження кадрової безпеки доречно зазначити, що на конкурентоспроможність підприємства впливають не лише розглянуті категорії – трудові ресурси та персонал, а й внутрішні та зовнішні загрози, що виникають під впливом як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників з боку власного персоналу.

Отже, від дієвості та потенціалу персоналу залежить не лише працездатність та розвиток окремого працівника, але й підприємства загалом. Формування потенціалу людських ресурсів підприємства є досить актуальним, особливо в сучасних умовах трансформації ринкової економіки України, коли відбувається прогресивний розвиток науки і техніки, з'являються інновації. Результатом є зміна ролі людини, більш повне використання та застосування інтелектуальних здібностей, можливостей, якостей, тобто потенціалу що окремого робітника, що цілого колективу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Головка А. С. Теоретико-методичний зміст категорій «трудоий потенціал», «кадровий потенціал» та «трудоі ресурси». *Вісник Хмельницького національного університету*: наук. журнал. Серія: Економічні науки. 2010. № 3. С. 120–128.
2. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 316.
3. Сліпа О. З., Живко З. Б., Мартин О. М. Кадровий потенціал підприємства як фактор інвестиційного розвитку економіки // *Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings: International Scientific-Practical Conference (Klaipeda, 29 January 2016)*. Baltija Publishing, 2016. P. 149–152.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкуентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. 892 с.
5. Сардак С. Е. Еволюція поглядів на зміст і роль людських ресурсів у суспільному поступі. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 12. С. 132–139.
6. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации. М.: ИНФА-М, 2002. 638 с.
7. Крамаренко В. І., Холод Б. І. Управління персоналом фірми: навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 272 с.

УДК 334.021:504.03.

Гільорме Т.В., д.е.н., доцент
провідний науковий співробітник НДІ енергетики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ УТИЛІЗАЦІЇ КОСМІЧНОГО СМІТТЯ

Анотація: Доведено, що рівень техногенного сміття у орбітальному просторі досягло катастрофічних масштабів, що потребує негайних змін з метою сталого розвитку космічної активності. Розглянуто вимоги до виробництва космічної продукції Європейського космічного агентства, Національного управління США з аеронавтики та дослідження космічного простору (НАСА).

Ключові слова: космічна продукція, життєвий цикл, екологічна оцінка, ефективність

Прошло майже 64 роки, як вперше успішно було відправлено штучний супутник на орбіту Землі. В епоху New Space перед людством постає глобальна проблема щодо обмеженості космічного орбітального простору. Сталий розвиток космічної діяльності буде можливим лише тоді, коли користувачі космосу будуть реалізовувати технології та практики, придатні, щоб уникнути накопичення об'єктів на орбіті Земля.

Техногенне сміття у орбітальному просторі досягло катастрофічних масштабів. Станом на 2020 рік близько 85% космічних об'єктів належать до класу неконтрольованих супутників [5]. До них також повинно бути додано: верхні ступені пускової установки; дрібні уламки, викликаних вибухами, фрагментаціями, зіткненнями – сукупність уламків складається з мільйонів об'єктів. Космічне сміття це об'єкти, що розподіленні нерівномірно у космічному просторі – зосереджені на орбіті Землі (низька навколоземна орбіта (LEO) та геостаціонарна навколоземна орбіта (GEO)).

Однією із особливостей здійснення ділової активності у космосі є юридична проблема щодо відсутності майнових прав на космічне сміття. У глобальному просторі, держави, космічні агенції досягли домовленості про спільну

відповідальність за наслідки існування космічного сміття на орбіті Землі. Пріоритетною відповідальністю у цьому секторі є екологічна відповідальність.

Як, наслідок, у XXI столітті на глобальному рівні партнерства відбулася поява концепції Clean Space («Чистого Простору») [2]. Ця ініціатива має три напрями: EcoDesign – проектування проєктів щодо вирішення впливу космічного сміття на навколишнє середовище; CleanSat – проектування заходів для зменшення формування космічних сміття; eDeorbit – видалення великих об'єктів космічного сміття з орбіти [2].

eDeorbit як технологічна платформа (розробник Європейське космічне агентство) здатна вирішувати такі завдання: заохочення створення нових ринків та послуг для профілактики та утилізації космічного сміття; здатність надавати приватним компаніям консультування щодо рішень наземних проблем з використанням космічних технологій (телекомунікації, системи спостереження за землею та навігаційними системами); оренда технологічної платформи для утилізації космічного сміття.

Необхідно наголосити, що Європейське космічне агентство (далі – ЄКА) та Національне управління США з аеронавтики та дослідження космічного простору (НАСА) при оцінюванні космічної продукції використовують концепцію життєвого циклу (Life Cycle Assessment (LCA)). У документі «Процедурні вимоги управління ризиком» (Agency Risk Management Procedural Requirements) від 16.12.2008 [1] детально описано процедуру аналізу життєвого циклу космічного устаткування в широкому його значенні. Для цього витрати операційної діяльності структуровано таким чином: довиробничі (розробка формування виробу, виготовлення технологічної оснастки, відпрацювання виробу на технологічність, пуско-налагоджувальні роботи, придбання необхідного обладнання); виробничі витрати (прямі витрати на виробу, непрямі витрати виробництва); позавиробничі витрати (адміністративні та комерційні витрати на збут); післявиробничі витрати (утилізація відходів та технологічної оснастки). Так, цій документ зобов'язує підприємства космічного сектору при

розрахунку вартості продукції враховувати ліквідаційну вартість – вартість утилізації космічного сміття. Головним недоліком цього документу є неможливість визначення впливу на довкілля.

Цей недолік враховано при розробці «Вимоги та процес управління програмами та проектами НАСА» 2005 року. Передбачено формування плану заходів, яких необхідно вжити для убезпечення населення, космонавтів, обладнання й майна НАСА, а також визначення всіх видів діяльності, таких як; безпека, надійність і ремонтпридатність, забезпечення якості, гарантій безпеки програмного забезпечення, навколишнього середовища, пов'язаних з проектуванням і випробуванням, охоплюючи запобігання утворенню орбітального сміття [4]. Обов'язковим елементом вартості космічної продукції є здійснення екологічної оцінки.

Спільними критеріями оцінки для ЄКА та США також є такі технічні стандарти Міжнародної організації стандартизації, як: ISO 24113:2011 «Космічні системи. Вимоги з мінімізації космічного сміття», ISO/PRF TR 18146 «Космічні системи. Проектування та операційна настанова для космічних апаратів, які функціонують у середовищі космічного сміття», ISO/TR 16158:2013 «Космічні системи – уникнення зіткнень з орбітальними об'єктами», ISO 16126:2014 «Системи космічні. Оцінка життєвості конструкції непілотованого космічного апарату щодо космічного сміття та метеоритних тіл для забезпечення успішного відокремлення після польоту».

Але аналіз вимог щодо визначення загальної ефективності ЄКА та США, її складових: економічної, соціальної, екологічної, свідчить про нечіткі за ступенем своєї ефективності та неуніфіковані критерії оцінки впливу на навколишнє середовище та на навколоземний космічний простір. Національні нормативні вимоги більше враховуються при ліцензуванні космічної діяльності. Так, відповідно до Закону про космічні операції Французької Республіки (French Space Operations Act) від 22.05.2008 [3] розглянуті питання формування плану щодо запобігання ризиків, які несуть неактивні космічні об'єкти як

навколишньому середовищу Землі, так і навколоземному космічному простору, а також оцінки дотримання моральних, фінансових, професійних та технічних вимог проводиться в межах дозвільних процедур.

Список використаних джерел:

1. Agency Risk Management Procedural Requirements. NASA. URL: <https://nodis3.gsfc.nasa.gov/displayDir.cfm?t=NPR&c=8000&s=4B>
2. Clean Space. The European Space Agency. URL: https://www.esa.int/Safety_Security/Clean_Space
3. French Space Operations Act. URL: <https://www.unoosa.org/pdf/lsc2009/pres-04.pdf>
4. Program and Project Management. NASA. URL: https://www.nasa.gov/offices/oce/functions/prog_proj_mgmt.html
5. The space report 2020. URL: <https://www.thespacereport.org/register/the-space-report-2020-quarter-1-pdf>

Гмиря В.П., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємництва та маркетингу Черкаський державний бізнес-коледж (м. Черкаси, Україна)

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація: В дослідженні розглянуто основні поняття категорії «ризик», визначено класифікаційні ознаки поняття, охарактеризовано класифікаційну ознаку ризику, виявлено фактори, що впливають на виникнення ризиків, та запропоновано заходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова. Ризик, підприємство, економіка, дохід, методи.

Підприємництво є складним організованим процесом, що представляє собою послідовність дій креативного, інноваційного, соціального, економічного характерів. Найважливішою особливістю підприємництва є його ризиковий характер, що підкреслено при визначенні сутності підприємницької діяльності, який зумовлює, що ця діяльність здійснюється «особами на свій ризик».

Існування ризику безпосередньо пов'язано з невизначеністю. У загальному вигляді під ризиком ми розуміємо можливість настання події під впливом будь-яких чинників. Дане поняття ризику вільно від впливу специфіки будь-якої сфери діяльності, не вимагає спеціальних застережень або коментарів, позбавлене суб'єктивних емоцій - як відчуття небезпеки, що насувається, так і очікування удачі.

У соціально-економічній літературі представлені різні класифікації ризиків. Найбільш поширеною точкою зору є визначення ризиків як цілісної системи, де кожен елемент займає чітко визначене місце і в той же час підкоряється законам економічної системи в цілому. У цьому випадку завдання класифікації ризиків зводиться до визначення системи ризиків і системо утворюючих чинників.

Відомо, що при аналізі економічної системи суспільства виділяються такі рівні її функціонування: мега-, макро-, мезо, мікроекономіка. Слід зазначити, що на кожному рівні функціонування економічної системи мають місце специфічні для цього рівня ризики. У зв'язку з цим виділяють наступні групи ризиків [1]:

- мега економічні ризики - ризики, пов'язані з функціонуванням світової

економіки в цілому;

- макроекономічні ризики - ризики економічної системи даної держави;
- мезоекономічні ризики - ризики, що формуються на рівні окремих галузей

народного господарства;

- мікроекономічні ризики - ризики окремих підприємницьких одиниць, які умовно можуть бути названі внутрішньо фірмовими ризиками.

Таким чином, всю сукупність підприємницьких ризиків по відношенню до суб'єкта підприємницької діяльності можна поділити на дві основні групи: зовнішні і внутрішні (внутрішньо фірмові).

Зовнішніми вважаються ризики, що виникають у зовнішньому середовищі - мегаекономічні, макроекономічні, мезоекономічні. Виникнення зовнішніх ризиків пов'язане з дією об'єктивних факторів, що не залежать від волі керівництва або власника. У зв'язку з цим управління зовнішніми ризиками ґрунтується виключно на методах непрямого впливу.

Внутрішні (внутрішньофірмові) ризики виникають у внутрішньо організаційному середовищі і безпосереднім чином пов'язані з діяльністю управлінського персоналу та працівників підприємства. Зазначені ризики, як правило, є наслідком нерациональної управлінської діяльності та істотно впливають на ефективність управління підприємницькими структурами. До них відносяться: ризик постановки місії і цілей фірми, виробничий ризик, комерційний, фінансовий ризик.

Природно, аналіз класифікаційних ознак, видів і підвидів ризиків можна продовжити, але це призведе до чергового перерахуванню думок різних дослідників і фахівців, що не дасть відповіді на основне питання - який підхід, яка класифікація і в якій мірі буде сприяти зниженню ступеня ризику.

Управління ризиком - нове для української економіки явище, яке з'явилося при її переході до ринкової системи господарювання.

Загальний концептуальний підхід до управління ризиком полягає: у виявленні можливих наслідків підприємницької діяльності в ризиковій ситуації;

розробці заходів, що не допускають, що запобігають або зменшують збиток від впливу не до кінця врахованих ризикових чинників; реалізації такої системи адаптування підприємництва до ризиків, за допомогою якої можуть бути не тільки нейтралізовані або компенсовані негативні ймовірні результати, але і максимально використані шанси на отримання високого підприємницького доходу.

Управління ризиками (ризик-менеджмент) включає в себе процес вироблення рішень, що визначають цілі ризику і ризикових вкладень капіталу, ймовірності настання події, виявлення ступеня і величини ризику, аналіз навколишнього оточення, вибір стратегії управління ризиком, визначення для даної стратегії прийомів управління ризиком і способів його зниження, здійснення цілеспрямованого впливу на ризик.

Таким чином, основою управління ризиками виступає процес прийняття рішень як одна з функцій управління.

Виходом процесу управління ризиками (матеріальний або інформаційний об'єкт або послуга, що є результатом виконання процесу та споживаний зовнішніми, по відношенню до процесу, клієнтами) виступає інформація у вигляді розробленого комплексу заходів по мінімізації ризиків.

Ресурсом бізнес-процесу управління ризиками (матеріальний або інформаційний об'єкт, який постійно використовується для виконання процесу) також виступає інформація у вигляді знань і досвіду менеджерів, програмного забезпечення, зв'язку. Власник процесу в ході планування і управління процесом виробляє розподіл і перерозподіл ресурсів для досягнення найкращого результату процесу.

Список використаних джерел:

1. Цветкова Е. В., Арлюкова И. О. Риски в экономической деятельности: Учеб. пособие. СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2002. С. 12.
2. Г.О. Швиданенко, Л.М. Приходько Оптимізація бізнес-процесів: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2012. 487 с.

3. Вербіцька І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур. Сталій розвиток економіки. № 5. 2013. С. 282–291.

4. Кашуба В. Риск-менеджмент как система управления финансовыми рисками компании. ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2012. № 2. С. 68–83.

5. Ріщук Л. Управління ризиками господарської діяльності на нафтопереробних підприємствах: автореф. дис. ... канд. екон. Наук. Івано-Франківськ, 2010. 20 с.

УДК 338.28:004.67:330.341

Горященко Ю. Г., к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства,
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: У статті вказано на необхідність удосконалення інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств. Акцентовано увагу на необхідності прийняття добровільного або колективного інноваційного рішення, базованого на релевантній інформації, аналітиці, обґрунтованості, добровільності, партнерстві, високому рівню інформаційного забезпечення.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, інноваційна діяльність, підприємництво, інформація, інноваційне рішення.

Парадоксом сучасності є те, що суспільство, яке одночасно дійшло висновків, що у світі існують три найбільші цінності – людина, інформація та інновація – сьогодні не може передбачити всіх наслідків їхньої взаємодії.

На необхідності дослідження інформаційного забезпечення у процесі дифузії інновації наголошували автори та послідовники теорії дифузії інновацій Е. Роджерс, Т. Хегерstrand, Й. Шумпетер, Б. Твісс, Р. Фостер, Ф. Басс, Б. Райан, Н. Гросс та інші закордонні вчені. Серед сучасних вітчизняних учених варто назвати О.І. Амошу, І.Г. Ханіна, В.С. Білозубенка, Т.Б. Середюка, Н.М. Буняка, Л.І. Федулову, Л.Л. Антонюк, І.В. Тараненка, А.С. Гальчинського, Є.І. Таранець, В.М. Геєця, Л.М. Ємельяненко, М.З. Згуровського, О.І. Жилінську, Н.І. Чухрай та інших.

Функціонування економічних процесів у сучасному світі значною мірою залежить від обміну інформацією, яка сьогодні по праву вважається найціннішим економічним ресурсом.

У Законі України «Про інформацію» від 16.07.2020 р. сформульоване найбільш загальне визначення поняття «інформація» як «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [1]. На нашу думку, таке визначення може вважатися

повним для інформації довідково-енциклопедичного характеру, і є неповним для інших видів інформації за змістом (там же, ст. 10): науково-технічної, податкової, правової, статистичної, соціологічної, екологічної, інформації про фізичну особу, інформації про товар (роботу, послугу).

Зауважимо, що в умовах динамічного розвитку інформація – це не лише відомості, повідомлення, явища, а і знання, досвід, процес, джерело конструювання майбутньої ситуації. Її можна визначити як процес передачі даних, знань, мудрості, досвіду, що має векторіальний напрям на динамічніше майбутнє й кумулятивний характер інформованості (тобто на будь-якій стадії процесу інформація-відомості, дані, досвід не залишаються у минулому і теперішньому часі, а переходять на нову стадію розвитку процесу у вигляді накопиченої інформації-відомостей, інформації-знань, інформації-досвіду тощо).

Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності підприємств пропонується розглядати як процес, базований на вхідній інформації, яка оброблюється за допомогою взаємодоповнюючих та взаємозалежних показників, та аналітичній оцінці; обов'язково включає в себе релевантні інформаційні ресурси, прямо або опосередковано продукує інноваційний продукт або послугу та в кінцевому підсумку визначає рівень динамічного розвитку підприємства.

Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності лежить в основі дифузії інновацій, оскільки регулює обмін і передачу інформації, нових ідей, знань, технологій та нововведення.

На думку Б. Райана та Н. Гросса дифузія інновацій – це «процес комунікації прихильників нових продуктів [2, с. 665]. Й. Шумпетер пропонує визначення дифузії інновації як «процес кумулятивного збільшення кількості імітаторів (послідовників), які впроваджують нововведення слідом за новаторами, очікуючи більших прибутків» [3]. Е.М. Роджерс розглядає дифузію інновацій як «процес, під час якого інновація з плином часу через певні канали поширюється

серед членів соціальної системи» [4, с. 25].

Сьогодні багато учених світу досліджують теоретичні проблеми інновацій та практичні питання дифузії інновацій, доводять їх велику значущість для суспільства і кожної особи, вбачають у них найцінніший ресурс. Однак, у створених умовах інформаційного хаосу, постфордизму, недовіри, важкої економічної кризи та наслідків пандемії, словом, тотальної невизначеності, прийняти добровільне або колективне інноваційне рішення видається у край складним завданням. Натомість, інновації та їх ідеалізація часто нав'язуються згори. Владне інноваційне рішення, на відміну від колективного, приймається не соціальною системою, а групою осіб, що мають вплив або владу, отож, так чи інакше, інновації є інструментом впливу на суспільство. В час, коли транслуються переважно владні інноваційні рішення, в окремих випадках відбувається тиск на добровільне інноваційне рішення, мотивуючи це вимогами сьогодення та неминучим етапом цифровізації. Вважаємо, що інноваційні рішення повинні мати природний характер, аналітичні рішення, обґрунтованість, добровільність, партнерство між усіма учасниками інноваційного процесу і, головне, високий рівень інформаційного забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Про інформацію : Закон України в поточній ред. від 16.07.2020 р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 04.04.2021).
2. Ryan B., Gross N. The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities. *Rural Sociology*, 8 (March), 1943, p. 708.
3. Schumpeter J. A. *Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy*. Harvard Press, 1992, p. 540.
4. Everett M. Rogers *Diffusion of innovations*. New-York: The Free Press, 1983. 453 p.
5. Ванькович Л. Я. Сутність поняття «дифузія результатів інноваційної діяльності підприємства». *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і

проблеми розвитку. 2016. № 851. С. 134-139.

6. Ханін І.Г., Білозубенко В.С., Середюк Т.Б. Особливості розвитку процесів дифузії інновацій у секторі ІКТ в Україні. *Економічний простір*. 2020. № 158. С. 28-37.

7. Буняк Н.М. Особливості дифузії інновацій в умовах глобалізації інноваційних процесів. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 5-9.

8. Жилінська О., Фірсова С. Витрати комерціалізації наукоємної продукції у контексті маркетингових моделей дифузії інновацій. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. Вип. 7. С. 6-13.

УДК 336.226.1

С.В. Грудько, м.э.н, ст.преподаватель
Кафедры бухгалтерского учета и контроля в АПК
УО «Гродненский государственный аграрный университет»
(г. Гродно, Республика Беларусь)

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ТАРИФНОЙ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА

Аннотация: в статье рассмотрены преимущества и недостатки применяемой тарифной системы при организации заработной платы в Республике Беларусь. Приведены элементы, которые следует учитывать при разработке собственных тарифных систем для эффективного их применения.

Ключевые слова: тарифная система, дифференциация разрядов, тарифная ставка. Заработная плата

В Республике Беларусь коммерческие предприятия получили возможность самостоятельно принимать решения по вопросам организации заработной платы. Отсутствие опыта и знаний в выборе оптимальной модели оплаты труда обуславливает причину использования традиционной тарифной системы.

В качестве основных преимуществ тарифной системы можно отметить:

- позволяет учесть сложность и условия выполнения работы при определении вознаграждений за труд;
- обеспечивает унификацию и стандартизацию оплаты труда;
- дает возможность учитывать факторы повышения интенсивности труда и выполнения работы в условиях, отклоняющихся от нормальных.

Многие отечественные предприятия в настоящее время идут по пути поиска новых, наиболее эффективных подходов к организации оплаты труда на основе элементов традиционной тарифной системы. Чаще всего на предприятиях используют общую тарифную сетку для организации оплаты труда всех работающих, сохраняя при этом прежнее количество разрядов для рабочих. Несмотря на широкое применение тарифной системы оплаты труда можно выделить ряд ее недостатков:

- недостаточное отражение реальных достижений, результатов и качества

труда, что обусловлено использованием формальных показателей для дифференциации в заработной плате;

- высокая степень сложности нормативного регулирования вопросов оплаты труда, выражающаяся в наличии множества законодательных актов как на государственном уровне, так и в рамках конкретного предприятия (требуется разработка локальных правовых актов, коллективных договоров, что сопряжено с денежными затратами и наличием квалифицированных специалистов);

- низкий уровень тарифной ставки первого разряда (ниже бюджета прожиточного минимума и минимальной заработной платы), что не обеспечивает воспроизводственную функцию заработной платы;

- большой диапазон тарифной сетки при неравномерной дифференциации между разрядами снижает мотивацию к труду;

- отсутствие взаимосвязи оплаты труда с выполнением (невыполнением) конкретных функций, что вызывает необходимость введения специальных коэффициентов для их учета;

- уравнительный характер оплаты труда, что снижает степень раскрытия творческих способностей работника и его заинтересованность в общем результате работы коллектива.

На сегодняшний день предприятия республики при применении тарифной системы организации оплаты труда могут самостоятельно устанавливать тарифные ставки и, прежде всего, размер тарифной ставки первого разряда с учетом собственных финансовых возможностей. При этом, разрабатывая собственную тарифную сетку, и во избежание ошибок при ее построении рекомендуется:

– учитывать вопросы установления достаточного для нормального воспроизводства рабочей силы уровня гарантированных тарифных ставок (окладов) с учетом сложности и условий труда, физических и умственных усилий, возлагаемой на работника ответственности, а также их дифференциации по категориям персонала в зависимости от изменяющегося спроса и

предложения на рынке труда;

– при установлении соотношения минимальной тарифной ставки и максимального оклада на предприятии следует учитывать уровень минимальной тарифной ставки, размер средней заработной платы, степень соответствия заработков различных профессионально-квалификационных групп рыночной цене рабочей силы, размеры предприятия, перспективы его развития. Исходя из учета отечественного и зарубежного опыта, необходимости реализации воспроизводственной и социальной функции заработной платы оптимальным признается соотношение 7– 8 раз (но не должно превышать 14 – 16 раз);

– самостоятельное определение количества разрядов в зависимости от уровня квалификации работников и размера предприятия;

– устанавливая межразрядное соотношение учитывать нижний предел ощущения материальной заинтересованности (на уровне не ниже 10 %);

– разрабатывая принцип нарастания тарифных коэффициентов от разряда к разряду следует учитывать степень сложности выполнения работ и уровень квалификации работников (можно использовать равномерное, регрессивное (в случае необходимости защиты низкооплачиваемых работников) или прогрессивное нарастание);

– определяя размер тарифной ставки первого разряда или базовой тарифной ставки ориентироваться на оптимальный для современного состояния экономики удельный вес тарифа в заработной плате, равной примерно 65—70%, с последующим повышением этого уровня до общеевропейского стандарта, согласно которому удельный вес тарифной части заработной платы составляет не менее 90%, что обеспечивает высокий уровень организации оплаты и эффективность труда [1, с. 107].

Таким образом, отечественный и зарубежный опыт организации заработной платы позволяет утверждать, что применение тарифной системы оплаты труда оправдано. Однако в условиях рыночных отношений целесообразным является разработка собственных тарифных систем, базирующихся на

модернизированной классической системе с учетом зарубежного опыта, позволяющих увязать оплату труда с индивидуальными результатами труда работника и предприятия, повысить рыночную стоимость рабочей силы, увеличить эффективность использования рабочей силы.

Список использованной литературы:

1. Романова, Е.С. Тарифные системы оплаты труда: характеристика и направления развития в условиях рыночной экономики. *Економічний вісник університету*. 2014. №22/1. С. 104-108.

2. Трудовой кодекс Республики Беларусь от 18 июля 2019 г. № 219-З: Аналитическая правовая система «Бизнес-ИНФО» [Электронный ресурс] – дата доступа: 07.04.2021.

УДК 658

Грудниста А.Є., студентка
Голей Ю.М., викладач
кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНОГО ФАКТОРА НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Анотація: Розглянута важлива проблема впливу екологічного фактора на розвиток готельного бізнесу в Україні, оскільки збільшується негативний вплив готельного господарства на навколишнє середовище. Обґрунтовано, що дбайливе ставлення готельного господарства до природи стає не лише показником іміджу, а й джерелом потенційного прибутку.

Ключові слова: еко-готель, гості, екологічна ситуація, ресурси, навколишнє середовище.

З кожним роком кількість готелів і інших форм розміщення збільшується завдяки стабільному доходу, зростанню кількості туристів та популярністю туризму. Разом із цим збільшується негативний вплив готельного господарства на навколишнє середовище. Згідно з даними Міжнародної природоохоронної організації, один готель, що вміщує 100-150 номерів, в середньому споживає стільки ж енергії, скільки 100 приватних будинків, а відходів створює набагато більше [3]. На це в більшій мірі впливає освітленість 24 години на добу, опалення незаселених номерів, коридорів, порожніх службових приміщень. Важливою умовою залучення туристів до готелю є підвищення комфорту в готелі і поліпшення якості послуг, що надаються. В останні роки все більше спостерігається тенденція до відкриття готелів, що прагнуть зберегти природне середовище. Орієнтацію на екологічність можна зустріти не тільки в світі, а й в Україні.

В наш час люди все більше почали піклуватися про навколишнє середовище, саме тому вони частіше змінюють свої щоденні звички і вподобання. Готелі також піклуються про природу, про навколишній світ і намагаються зробити все, щоб позиціонувати себе як "еко-готель". У розвинених країнах була сформована концепція екологічного готелю, що є якісно продуманою системою комфортного життя в гармонії з навколишнім світом. Це

система концептуально нового погляду на розвиток засобів розміщення, яка дозволяється не тільки дбати про природу, а й істотно знизити витрати виробництва. Можна виділити деякі особливості так званих «еко-готелів». Перш за все, це продумана система ресурсо- та енергозбереження, що включає жорсткі стандарти економії ресурсів і широке використання альтернативних джерел енергії. Багато готелів використовують сонячну енергію як для прямого підігріву води, так і отримання електричної енергії. Дослідження показали, що завдяки застосуванню нових екологічних методів роботи (наприклад, сонячний підігрів води) і невеликим інвестиціям в готелях і ресторанах можна скоротити споживання електроенергії на 10-25%, а споживання води - на 30% [1]. Більшість таких готелів відмовляються від використання телевізора і комп'ютера і не надають ці послуги своїм гостям. Це не тільки економія, а в першу чергу спроба наблизити гостей до спокійного відпочинку на природі.

Більшість еко-готелів знаходяться в унікальних природних комплексах - на берегах озер, річок, в заповідниках і охоронних зонах. Саме ці місця є більш привабливими для людей, що піклуються про природу. У більшості еко-готелі намагаються використовувати екологічно чисту їжу стандартів «органік» у системі харчування. У найпростішому випадку це екологічно чисті продукти місцевих виробників, в більш просунутому - продукти, що пройшли спеціальний строгий контроль у європейських організаціях. Важливою є також якість води. Справжній готель в ідеології «еко» повинен ретельно стежити за складом води, яку він використовує [2]. Більш привабливим для туристів буде такий еко-готель, що також і у дизайні відповідає усім вимогам «еко» - він прикрашений лише натуральними матеріалами. Основними кольорами у дизайні готелю є білий, бежевий, світло – коричневий, усі відтінки зеленого. Таким чином, основною відмінною рисою еко-готелю є ідеологія близькості людини і природи, і саме на цій основі побудована складна система заходів, спрямована на зниження впливу антропогенної діяльності на навколишнє середовище.

Очевидно, що дбайливе ставлення готельного господарства до природи стає не лише показником іміджу, а й джерелом потенційного прибутку. Якщо говорити про українські готелі, що пропонують еко-програми, то можна проаналізувати такі готелі як Radisson Blu Hotel в Києві, готелі Reikartz у Дніпрі,

Харкові, Миколаєві [4]. Ці готелі, на нашу думку, можна сміливо називати еко-готелями, вони одержали еко-сертифікат Green Key.

Green Key – це особлива всесвітня сертифікація «еко-готелів» та туристичних об'єктів, що відносять себе до тих, які дбайливо ставляться до природи та активно приймають участь у соціальному житті. Щоб отримати

"Green Key" готель повинен відповідати переліку критеріїв щодо екології, малому використанню енергії, економному використанню водних ресурсів, переробленню відходів [4].

Основними критеріями оцінки екологічності готелю є:

- розроблення екологічного менеджменту;
- залучення персоналу;
- інформування гостей;
- правильне поводження з водою;
- зниження споживання електроенергії;
- додержання зелених технологій при прибиранні;
- раціоналізація технологічного процесу у відділі харчування;
- культура поводження з відходами;
- залучення власників підприємства;
- атмосфера в колективі;
- оточуюче середовище;
- зелені активності;
- розвиток корпоративної соціальної програми.

Проаналізувавши готельну компанію Reikartz, можна описати їх екологічну привабливість. Найбільш помітні кроки до збереження екологічності в готелях Reikartz:

- вони перейшли від міні косметичок до дозаторів, що дозволило їм зменшити відходи пластику;
- замінили звичайний папір на листковий, який можна використовувати до останнього листка;
- у кожному номері розміщено повідомлення для гостей щодо раціонального використання рушників: якщо гість хоче замінити рушник – кладе його на підлогу, якщо рушник висить на гачках – то гість буде далі його

використовувати. Таким чином не буде використовуватися додаткова хімія для прання;

- для прання в готелях використовуються високоякісні безфосфатні засоби, що надає можливість зменшити викиди пластику та шкідливих фосфатів.

Керівництво готельної компанії стверджує, що кожен гість має підтримати еко-тему готелю – відмовитися від поліетиленових пакетів, міні-косметичок та інших дрібниць, які щоденно створюють велику кількість синтетичних відходів.

Отже, після проведеного аналізу можна прийти до таких висновків, що на сьогодні готелі все більше прагнуть отримати звання «еко» не тільки в Україні, а й у всьому світі – на це впливає погана екологічна ситуація. Дедалі більше готелів намагаються використовувати екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, застосовувати "безвідходні" технології, екологічно чисті продукти і напої у ресторані. Для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності, позитивними наслідками якої є зменшення собівартості готельних послуг; підвищення туристичної привабливості готелю для туристів, що віддають перевагу збереженню природи; надає конкурентні переваги на туристичному ринку.

Список використаних джерел:

1. Абагьянц Е.А. Экологизация гостиничной деятельности как современная тенденция развития гостиничного бизнеса. *Современные научные исследования: теоретический и практический аспект* : материалы Международной научно-практической конференции. Сызрань, 28 февраля 2016 г. Уфа, 2016. Ч. 1. С. 3–8.

2. Кравченко А.І., Басюк Д.І. Особливості організації обслуговування в еко-готелях. *Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф, 25-27 березня 2015 р. К.: Вид-во НУХТ, 2015. - С.212-213.

3. Сумин К.А. Преимущества системы экологического менеджмента в современном гостиничном комплексе. СПб., 2014. С. 7.

4. Обеспечение устойчивости в индустрии гостеприимства. URL: <http://www.greenkey.org/Menu/Criteria/Hotels>. (дата звернення 11.04.2021 р.).

УДК 658

Двуліт З.П., д.е.н, професор
професор кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національний університет «Львівська політехніка»
Макарова Ю.С., студентка гр. МЕ-36,
Інститут економіки та менеджменту
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КИТАЄМ

Анотація: Виклики глобалізованого світу формують перед Україною завдання, пов'язані із пошуком партнерств у взаємодії з якими Україна могла б прискорити модернізацію економіки. Розвиток співробітництва України з Китаєм сприятимуть економічному зростанню України.

Ключові слова: Україна, торгові карти, економіка, Китай, співробітництво, перспектива, імпорт, експорт

За результатами 2020 року серед усіх торговельних партнерів України Китай посідає перше місце за товарообігом. В контексті цього економічне співробітництво між Україною та Китаєм є перспективним. Для цього доцільно оцінити, які торговельні відносини є з Китаєм та яке місце посідає Україна серед торгових партнерів; яка теперішня ситуація з торговим співробітництвом та найголовніше подальші перспективи для України.

Договірна база українсько-китайських відносин складається з 184 документів, базовими серед яких є: Угода між Урядом України та Урядом КНР про торговельно-економічне співробітництво (08.08.1992 р.); Угода між Урядом України та Урядом КНР про науково-технічне співробітництво (27.04.1992 р.); Угода між Урядом України та Урядом КНР про заохочення і взаємний захист інвестицій (30.05. 1993 р.) [1].

Що стосується торговельної ситуації у Китаї, то згідно з торговою мапою Trade map [2], основними економічними партнерами Китаю є: Сполучені Штати Америки, Гонконг, Японія, Корея, В'єтнам, Німеччина, Індія, Нідерланди, Сінгапур, Малайзія.

Як ми можемо побачити з рис.1, Україна не входить у топ-10 торговельних

партнерів Китаю, незважаючи на те, що Китай для України посідає перше місце, тобто при інтересі Китаю до української вітчизняної продукції, країна може підвищити обсяг торгівлі товарами та послугами.

Importers	Exported value in 2017	Exported value in 2018	Exported value in 2019▼
World	2,271,796,142	2,494,230,195	2,498,569,866
United States of America	431,664,273	479,701,581	418,584,250
Hong Kong, China	280,975,081	302,960,301	279,616,724
Japan	137,368,622	147,235,099	143,223,969
Korea, Republic of	102,834,413	109,028,749	110,984,862
Viet Nam	72,117,144	84,015,799	98,004,333
Germany	71,224,289	77,908,711	79,706,091
India	67,925,121	76,880,637	74,924,285
Netherlands	67,325,060	73,124,185	73,945,370
United Kingdom	57,039,880	56,987,896	62,275,959
Taipei, Chinese	43,934,720	48,656,780	55,079,733

Рис.1. Головні партнери Китаю у сфері експорту 2017-2019 року на основі [2]

Тепер проаналізуємо товари, які займають основну частку у структурі імпорту Китаю. На основі торгових карт до них за результатами 2017-2019 років належать такі товари: електричні машини та обладнання та їх частини; звукозаписувачі та репродуктори, телебачення; мінеральне паливо, мінеральні олії та продукти їх перегонки; бітумні речовини; мінеральна; машини, механічні прилади, ядерні реактори, котли; їх частини; руди, шлаки та зола; оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні, точні, медичні або хірургічні; транспортні засоби, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, та їх частини та приладдя; пластмаси та вироби з них; натуральні або культивовані перли, дорогоцінні або напівкоштовні камені, дорогоцінні метали, метали в плакуванні; органічні хімічні речовини; мідь та вироби з неї.

На наступному етапі оцінювання співробітництва важливо зрозуміти, які сфери та товари найбільше цікавлять Китай.

Що стосується торгівлі послугами, то згідно з даними Держстату України, за 2020 р. [3] обсяг торгівлі послугами склав \$312,9 млн. Експорт послуг з України до Китаю склав \$121,4 млн. (-36,3%), імпорт китайських послуг в Україну склав \$191,5 млн. (-15,6%).

HS4	Code	Product label	Value imported in 2019 (USD thousand) ▼	Trade balance 2019 (USD thousand) ↑	Annual growth in value between 2015-2019 (% p.a.) ↑	Annual growth in value between 2018-2019 (% p.a.) ↑	Annual growth of world exports between 2015-2019 (% p.a.) ↑	Share in world imports (%)
	TOTAL	All products	2,068,950,255	429,619,611	7	-3	5	10.9
	85 i	Electrical machinery and equipment and parts thereof, sound recorders and reproducers, television . . .	496,834,546	174,219,641	5	-5	5	17.1
	27	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral . . .	343,636,632	-296,601,439	19	-1	9	14.8
	84 i	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	190,313,223	226,795,066	7	-6	5	8.4
	26	Ores, slag and ash	163,605,608	-161,789,853	16	20	12	60.4
	90	Optical, photographic, cinematographic, measuring, checking, precision, medical or surgical . . .	98,662,130	-25,654,224	1	-4	4	16
	87	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	75,125,428	-758,892	3	-8	4	4.9
	39 i	Plastics and articles thereof	71,580,286	12,865,162	4	-4	5	11.3
	71	Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad . . .	60,540,892	-39,724,137	46	-2	0	9.2
	29 i	Organic chemicals	57,803,978	-993,186	8	-14	5	13.1
	74	Copper and articles thereof	40,807,909	-34,024,407	5	-14	5	26.7

Рис.2. Список топ-товарів, який імпортував Китай за 2019 рік на основі [2]

У структурі українського експорту послуг до Китаю домінували: ділові послуги; транспортні послуги; послуги з ремонту та технічного обслуговування; послуги, пов'язані з подорожами; послуги з будівництва; послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги [3].

Щодо торгівлі товарами, то відповідно до даних Держстату України, у 2018 році товарообіг України з Китаєм склав \$8,82 млрд., а це більше як на \$1,1 млрд., ніж у 2017 році. За 2020 р. двосторонній товарообіг склав \$15,4 млрд., який порівняно з 2019 роком з показником \$12,7 млрд. збільшився, при цьому експорт товарів з України до Китаю склав \$7,1 млрд., а він збільшився на 98% порівняно з аналогічним періодом минулого року (\$3.5 млрд.), імпорт китайських товарів в Україну склав \$8,3 млрд., що зменшився на 9,8% порівняно з 2019 роком, коли імпорт становив \$9,2 млрд. Негативне сальдо для України за цей період склало - \$1,2 млрд [4].

На основі торгових карт ми можемо вказати топ-10 товарів, які імпортує Китай з України: руди, шлаки та зола; крупи; тваринні або рослинні жири та олії та продукти їх розщеплення; готові їстівні жири; тварина; залишки та відходи харчової промисловості; підготовлений корм для тварин; деревина та вироби з дерева; деревне вугілля; залізо та сталь; продукція борошномельної промисловості; солод; крохмалі; інулін; пшенична клейковина; машини,

механічні прилади, ядерні реактори, котли; їх частини; електричні машини та обладнання та їх частини; звукозаписувачі та репродуктори, телебачення; молочні продукти; пташині яйця; натуральний мед; їстівні продукти тваринного походження, не в інших місцях.

Більшість продукції, що експортується в Китай, це товари з малою доданою вартістю, що є дуже негативно для економіки України. Виняток становить лише сільськогосподарська продукція, яка має максимальний попит та конкурентоспроможність на світовому ринку.

Виходячи з ретроспективних даних, можна зробити висновок про збільшення торгівлі між Україною та Китаєм. З даних про торговельне співробітництво між Україною та Китаєм можна зробити прогноз на товари, які у майбутньому можуть зайняти провідне місце в структурі китайського імпорту (рис.3): контактні лінзи; сир; відходи какао; свинячий та птичий жир; кашемір; ваніль; тунець; кардамони; гліцерин; авокадо; форель; паливні елементи для ядерних реакторів; бавовна; фундук, очищений від шкірки; пальмові ядра; касторова олія; какао-паста; кокосові горіхи.

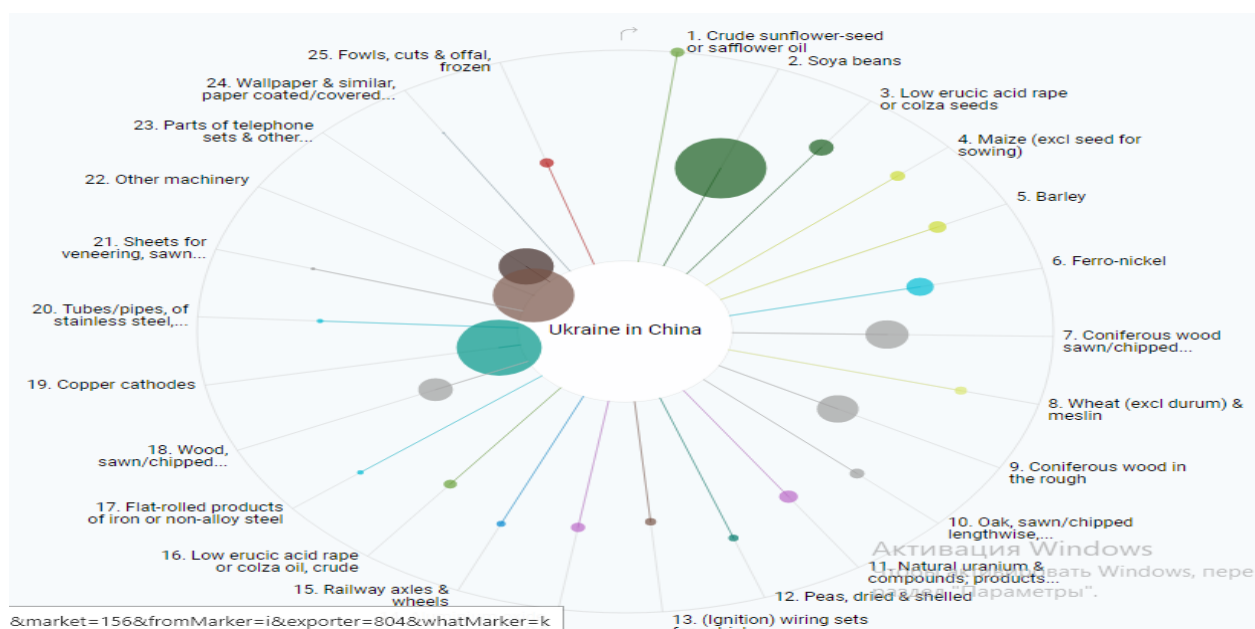


Рис. 3. Список товарів з найбільшим експортним потенціалом України до Китаю

Отже, ми можемо зробити відповідні висновки за вищенаведеною

інформацією. Перспективним кроком може стати обговорення взаємовигідного скасування окремих нетарифних бар'єрів у двосторонній торгівлі з метою полегшення доступу на ринки товарів та послуг. Обсяг від'ємного сальдо взаємної торгівлі вказує на те, що наразі Україна не забезпечує паритетність двосторонньої торгівлі. Висока цінова конкурентоспроможність китайських виробників, а також гнучкість та лояльність експортерів з КНР до використання непрозорих схем постачань зумовлює те, що значний відсоток китайських товарів розмитнюються в Україні за так званими «сірими» схемами.

Співробітництво доцільно сфокусувати на декількох напрямках:

- співробітництво в галузях складного машинобудуванні (оборонно-промисловий комплекс, авіа- та суднобудування, космічні галузі тощо);
- залучення китайських інвестицій в український аграрно-промисловий комплекс (пріоритет для високопродуктивних та технологічних проектів);
- започаткування нових підприємств з виробництва та переробки аграрної продукції, поставки на китайський ринок широкої номенклатури сільськогосподарської та харчової продукції;
- співпраця у секторі соціальних послуг, розвиток туризму, експорт освітніх послуг;
- розвиток співпраці у сфері транспортних послуг.

Список використаних джерел:

1. Договірно-правова база між Україною та Китаєм. URL: <https://china.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/184-dogovirno-pravova-baza-mizh-ukrajinoju-ta-kitajem>
2. TRADE MAP. URL: <https://www.trademap.org>
3. Торгівля та інвестиції. URL: <https://china.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/186-torgovelyno-jekonomichne-spivrobotnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-kitajem/torgivlya-ta-investiciyi>
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 663.4 (477.53)

Д. Дячков, д.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
І. Мамчич, здобувач вищої освіти спеціальності «Менеджмент»
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРАТ «ФІРМИ «ПОЛТАВПИВО»

Анотація: Обґрунтовано основні види діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»: виробництво пива, безалкогольних напоїв, квасу та мінеральних вод. Досліджено обсяги реалізації продукції підприємства протягом 2017-2019 рр. та головні привілеї. Окреслені основні перспективи розвитку пивної галузі.

Ключові слова: пивоварна промисловість, ринок пива, сучасні тенденції ринку пива, проблеми розвитку галузі, перспективи розвитку галузі.

Пиво, серед усіх алкогольних продуктів посідає перше місце за продажами і становить 46,1 % у сегменті алкогольних напоїв [1]. Близько 61% населення України споживають пивні напої. З них на чоловічу частину населення припадає 76 % та, відповідно, 24 % – на жіночу. Така тенденція зберігається також відповідно до віку, хоча загалом цільова аудиторія споживачів напою – молодь.

Одним з підприємств, зайнятих у галузі виробництва та реалізації пива та безалкогольних напоїв, продукція якого відмінно зарекомендувала себе на українському ринку пива, квасу і солодких напоїв та користується популярністю не тільки в місті, а у всіх регіонах країни є ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Фірма має вузький рівень спеціалізації та займається виготовленням алкогольних, безалкогольних напоїв та мінеральних вод. Основною метою діяльності товариства є задоволення потреб населення в пивній та безалкогольній продукції, раціональне використання виробничих потужностей, а також виробництво ячмінного солоду – головної сировини для варіння пива високої якості, із застосуванням класичних технологій пивоварів Чехії, Німеччини та Данії. ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має власну артезіанську

свердловину. М'яка місцева вода з свердловини, в комплексі з сучасною технологією і натуральними інгредієнтами надає пиву особливий гармонійний смак та робить продукцію полтавського заводу впізнаваною на ринку пива [2].

Організацією та контролем виробничого процесу на підприємстві займаються 7 відділів підприємства: енерго-механічна служба; відділ загальних питань; виробнича лабораторія; служба наладки обладнання; служба виробництва; служба управління персоналом та планово-економічний відділ.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» постійно розширює та щорічно оновлює асортимент продукції. На сьогоднішній день фірма пропонує споживачам 10 найменувань пива, хлібний квас та 14 видів безалкогольних напоїв. Кожен з видів продукції має свій особливий, оригінальний, гармонічний смак та аромат.

Досить помітно впливають на ефективність діяльності досліджуваного підприємства сезонні зміни, адже виробництво пива і безалкогольних напоїв влітку зростає в декілька разів, у порівнянні з зимовим періодом. Так, наприклад, підприємство виготовляє хлібний квас «Полтавський хлібний», проте реалізує його лише в літній період.

Загальний обсяг реалізації алкогольних напоїв ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» протягом 2017-2019 рр. зменшився на 189,6 тис. дал або 5 %, безалкогольних напоїв та квасу, навпаки, збільшилася на 167,3 тис. дал або 37,7 % та 5,3 тис. дал або 7,4 % відповідно (табл. 1).

Таблиця 1

**Обсяги реалізації продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»,
2017-2019 рр.**

Показники	Роки			2019 р. у % до 2017 р.
	2017	2018	2019	
Алкогольні напої, тис. дал	3792,3	3401,9	3602,7	95,0
Безалкогольні напої, тис. дал	444,1	585,5	611,4	137,7
Реалізація квасу, тис. дал	67,5	62,3	72,8	107,4

На думку дослідниць А. Малацковської та М. Яблонської, найважливішими проблемами розвитку на сучасному ринку пива є вартість та якість сировини.

Більшість українських пивоварень та всі іноземні пивні компанії в Україні імпортують ячмінь та хміль із-за кордону, адже українські аналоги не відповідають міжнародним стандартам якості. Наслідком цього є не лише великі витрати на сировину, а й труднощі з її доставкою [4].

На думку дослідниць А. Малацковської та М. Яблонської, найважливішими проблемами розвитку на сучасному ринку пива є вартість та якість сировини. Більшість українських пивоварень та всі іноземні пивні компанії в Україні імпортують ячмінь та хміль із-за кордону, адже українські аналоги не відповідають міжнародним стандартам якості. Наслідком цього є не лише великі витрати на сировину, а й труднощі з її доставкою [5].

Науковиця Ю. Самойлик, основними перспективними напрямками розвитку пивного сегменту ринку після кризового періоду вважає: оптимізацію асортименту пивної продукції, розроблення нової стратегії збуту з диверсифікацією каналів реалізації, удосконалення рецептури приготування напою, виведення на ринок нових видів продукції, формування конкурентних переваг порівняно зі світовими виробниками [4].

Створення оригінальних сортів пива являється одним з перспективних напрямів розвитку пивоварних підприємств країни, зокрема ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». В країні стрімко зростає популярність виробництва крафтового пива. Якщо 10 років тому крафтових пивоварень в країні було лише 12, то на сьогоднішній день їх налічується більш ніж 150. На думку знавців, крафтове пиво – це пиво, зварене за класичною технологією з води, солоду та хмелю з додаванням у його рецептуру інших інгредієнтів: спецій, трав, ягід, фруктів тощо. Це політ фантазії, творчий порив броваря, який його створив [4]. Подальші перспективи українського ринку пива залежатимуть від загального рівня платоспроможності населення і доступності напою.

Список використаних джерел:

1. Дані Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 10.04.2021 р.).

2. Офіційний сайт Полтавпиво (ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»). URL: <http://poltavpivo.com/ua/production/list#napitki>. (дата звернення 02.04.2021 р.).

3. Самойлик Ю. В. Стратегія впровадження інноваційних методів управління асортиментом диверсифікованих підприємств пивоварної промисловості. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2020. Т. 31(70), № 3(1). С. 195-202. URL:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2020_31%2870%29_3%281%29__33.
(дата звернення 10.04.2021 р.).

4. Що таке крафтове пиво? URL: <https://www.pravda.beer/pravda>. (дата звернення 04.04.2021 р.).

5. Яблонська Н., Малацковська О. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*, 2014. Вип. 8. С. 220-228. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2014_8_24. (дата звернення 07.04.2021 р.).

УДК 336

Живула В.С., Івашко В.В., студенти група 18ДЭУ-1,
кафедра бухгалтерського учета анализа и аудита в народном хозяйстве
Белорусский государственный экономический университет
(г. Минск, Беларусь)

ПРЕВЫШЕНИЕ ДОХОДОВ НАД РАСХОДАМИ И ИХ РОЛЬ В АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ

Аннотация: В данной работе было рассмотрено влияние превышение доходов над расходами на анализ финансовой состояния. Какие показатели влияют учитываются при анализе и какую роль играет прибыль в функционировании предприятий

Ключевые слова: финансовое состояние, прибыль, доходы и расходы, финансовые показатели, роль прибыли.

Доходы - увеличение экономических выгод, которое происходит в виде поступления или увеличения активов или уменьшения обязательств, что проявляется в увеличении капитала, который не связан с учредительскими взносами.

К доходам относятся:

1. Доходы по стандартным видам деятельности – выручка от реализации продукции, товаров, зачисления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг.

2. Прочие доходы.

Расходы - уменьшение экономических выгод, которое происходит в форме выбытия или сокращения активов или увеличения обязательств. Данные действия приводят к значительному уменьшению капитала, который не связан с распределением между учредителями.

К расходам относятся:

1. Затраты по типовым видам деятельности (расходы, связанные с производством и реализацией продукции, оказанием услуг, выполнением работ, куплей-продажей товаров). Такие расходам включают в себя коммерческие и управленческие расходы, себестоимость.

2. Прочие расходы [1, с.185].

Положительная разница между двумя перечисленными выше экономическими терминами дает новое экономическое определение – прибыль, которое определяет финансовый результат деятельности организации за отчетный период.

Прибыль считается значимым экономическим показателем, который играет существенную роль в анализе финансового положения предприятия, характеризует степень его деловой активности и финансового благополучия.

Финансовое положение – способность предприятия обеспечивать финансами свою деятельность, характеризующаяся предоставлением финансовых ресурсов, необходимых для должного функционирования предприятия, их надлежащего размещения и эффективного использования финансовых отношений с другими юридическим и физическими лицами, платежеспособностью и стабильностью финансового обеспечения [2, с. 115].

Увеличение прибыли создает финансовую основу, которая позволяет самостоятельно обеспечивать себя финансовыми ресурсами, расширять производство продукции и решать различные социальные и материальные потребности рабочей силы. Благодаря прибыли исполняются обязательства предприятия перед государственным бюджетом, банковскими учреждениями и другими организациями. Доля доходов учредителей и собственников, размеры выплат дивидендов и других доходов определяются также исходя из размеров прибыли. Прибыль также используется для расчета рентабельности собственных и заемных средств, основных средств, всего авансированного капитала и каждой акции.

Данные о прибыли отражаются в отчете о прибылях и убытках (далее ОПУ). Виды прибыли, которые отражаются в ОПУ, являются наиболее распространенными показателями рентабельности (прибыльности) предприятия, но при анализе финансового состояния организации важно знать, в какой мере было эффективным использование данных средств, обеспечивших получение определенного дохода. Для результативного комплексного измерения

прибыльности используются следующие показатели:

- Прибыль на общие инвестиции
- Прибыль на собственный капитал
- Прибыль на общие активы
- Коэффициент валовой прибыли

Прибыль на общие инвестиции – это показатель соотношения прибыли до вычета суммы выплаченных процентов и налогов по долгосрочным обязательствам к общим инвестициям (собственный капитал и долгосрочные обязательства). Данный коэффициент отображает уровень результативного использования вложенных средств, то есть какой доход получает организация на денежную единицу инвестированных средств:

$$P_{oi} = (\text{прибыль до вычета налогов} + \text{выплачиваемые проценты}) / (\text{долгосрочные обязательства} + \text{собственный капитал})$$

За эффективность управления инвестированными средствами также отвечает данный показатель и в свою очередь косвенно указывает на опыт и компетенцию руководства предприятия. Поскольку размер уплачиваемых налогов устанавливается государством и не зависит от организации, истинным показателем рентабельности является прибыль до вычетов налогов. Не смотря на все остальное, прибыль также должна содержать возмещение по выплате процентов по долгосрочным обязательствам, поскольку компания также не устанавливает процентные ставки. Данные условия отражены в числителе приведенной формулы.

Прибыль на собственный капитал ($P_{ск}$) — отношение чистой прибыли к собственному капиталу:

$$P_{ск} = \text{Чистая Прибыль} / \text{Собственный капитал.}$$

Данный коэффициент показывает, насколько целесообразно используется собственный капитал, то есть какой доход получило предприятие на денежную единицу собственных средств. Этот показатель отражает эффективность использования вложенных ими средств и поэтому является одним из важнейших

показателей для акционеров, а также является важным критерием при оценке уровня биржевых котировок акций конкретной организации.

Прибыль на общие активы (P_{oa}) — отношение чистой прибыли к общей сумме активов (в процентах):

$$P_{oa} = \text{Чистая прибыль} / \text{Общие активы}.$$

Показатель измеряет фондоотдачу, т. е. эффективность использования всех активов организации, показывая, какой доход получается за денежную единицу активов. Следует иметь в виду, что если рентабельность активов меньше процентной ставки по долгосрочным займам, то ситуацию следует считать неблагоприятной.

Коэффициент валовой прибыли (K_{on}) — отношение разности между объемом продаж и их себестоимостью к объему продаж:

$$K_{on} = (\text{Объем продаж} - \text{Себестоимость продаж}) / \text{Объем продаж}.$$

Коэффициент отражает предел прибыли, то есть долю валовой прибыли на денежную единицу продаж реализованной продукции. По этому коэффициенту возможно определить размер чистой прибыли, которая остается после вычета из стоимости реализованной продукции затрат на выплату налогов и процентов по ссуде на покрытие операционных расходов. Можно легко найти долю себестоимости продукции, приходящуюся на денежную единицу продаж, если определить данный показатель. Этот коэффициент отражает связь нескольких факторов таких, как цены, объем производства и стоимость. Более низкие производственные затраты или благоприятная рыночная конъюнктура – все это может быть связано с увеличением данного показателя [3, с. 128].

Вышеперечисленные показатели играют ключевую роль в анализе финансового положения организации, так как в полной мере отражают эффективность использования активов предприятия, качества применения капитала и продуктивность работы руководства компании. Также данные показатели дают достаточно полную и объективную картину для изучения причин ухудшения и (или) улучшения финансового состояния, а также

диагностируют его качество.

Список использованной литературы:

1. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. Москва: ИНФРА-М, 2009.
2. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г., Анализ финансово экономической деятельности предприятия: учебное пособие. Москва: ЮНИТИ, 2001.
3. Басовский Л.Е., Лунева А.М., Басовский А.Л., Экономический анализ: учебное пособие. Москва: ИНФРА-М, 2005.

УДК 334

Загинайло В. А., здобувач вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Смирнова Т. А., старший викладач
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛІ БІЗНЕСУ B2G У МЕДИЧНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Анотація: Актуальність роботи забезпечується вивченням особливостей застосування новітніх технологій, зокрема електронних систем в Україні, на прикладі бізнес-моделі B2G у медичній сфері.

Ключові слова: електронна комерція, бізнес-модель, цифрова платформа, електронна система, медичні послуги, сфера охорони здоров'я.

На сьогоднішній день вагомий вплив на провадження бізнесу здійснює електронна комерція, що має на меті полегшення проведення операцій купівлі-продажу певних товарів та послуг за допомогою автоматизації бізнес-процесів використовуючи телекомунікаційні мережі та новітні електронні технології. Існують декілька основних форм співпраці (бізнес-моделей) між суб'єктами електронної комерції, такі як: B2B, B2G, B2C, C2C, C2G, E2E та B2E [1, с.92].

У зв'язку з посиленням ролі держави у сфері медичного обслуговування населення через пандемію коронавірусу, для бізнесу в даній ніші з'являються нові можливості та перспективи. Тому доречним є розглянути взаємовідносини бізнесу та держави, які закладені в бізнес-моделі B2G. Перш за все варто чітко окреслити, що являє собою дана модель. B2G розшифровується як модель «бізнес – держава» (business-to-government), тобто це взаємодія між комерційними структурами та державними організаціями, що опосередковується різними інструментами електронної комунікації, зокрема мережею Internet [1, с.92]. Найчастіше прикладом використання моделі B2G є проведення державних закупівель.

Розвиток бізнес-моделі B2G в Україні найкраще відобразився у впровадженні системи державних електронних закупівель, що має назву «ProZorro». Дана цифрова платформа являється найбільш успішним прикладом

в рамках вітчизняної моделі B2G [2, с.97-98]. Дослідивши діяльність цифрових платформ в Україні, можна зробити висновок, що найбільша кількість успішних сайтів побудована на моделі B2C (бізнес для споживачів), наступною в рейтингу йде модель B2B (бізнес для бізнесу). Щодо бізнес-моделі B2G – вона входить в топ-4 моделі, що мають найменшу реалізацію в Україні (на ряду з C2G, G2B, G2G) [2, с.107].

Проте, все таки, за моделлю B2G в Україні є успішні проекти. Один з них – система «e-Health», яка запроваджена для удосконалення якості надання послуг у медичній сфері країни. З 2015 року почалося надання державних електронних послуг у сфері охорони здоров'я в Україні. За останні роки даний проект удосконалювався, що, в свою чергу, приносило позитивні результати діяльності.

Електронна система «e-Health» була створена з метою забезпечення прозорого обміну медичною інформацією та з метою реалізації програм медичних гарантій для населення. На нормативно-правовому рівні впровадження даної системи регулює Міністерство охорони здоров'я. Також активну участь бере державний портал «eZdorovya», обов'язками якого є адміністрування та здійснення технічної підтримки центральної бази даних. Ще одним активним учасником впровадження електронної системи охорони здоров'я є Національна служба здоров'я України, що займається укладанням договорів з постачальниками медичних послуг, прогнозуванням потреб населення у медичних послугах, розробкою програми медичних гарантій, встановленням тарифів тощо [3, с.26-27]. Загалом, можна зробити висновок, що успіх даної платформи прямо пропорційно залежить від активної підтримки даної інновації з боку уряду.

Головними цілями проекту «e-Health» є, перш за все, забезпечення повної прозорості щодо фінансування та надання медичних послуг, створення новітніх електронних сервісів, що забезпечать перехід до електронного обліку, розвиток медичного ринку ІТ-технологій, створення простору для інновацій в сфері охорони здоров'я. Позитивними наслідками впровадження даної електронної системи є економія вагомій кількості часу, а також зручність надання та отримання медичних послуг.

Важливою складовою впровадження системи «e-Health» являється створення значної кількості електронних медичних систем, існування яких значно полегшує надання та отримання послуг в сфері охорони здоров'я. Наприклад, електронна медична система «HELSI» є фаворитом серед пацієнтів та лікарів. Пацієнт може отримати декілька важливих електронних послуг на сайті цієї системи, зокрема онлайн-запис на прийом, вибір лікаря, доступ до своєї електронної медичної картки. Також існує система «EMCIMEД», метою якої є автоматизація ключових процесів медичних закладів. Ще одним прикладом є «Поліклініка без черг» – електронна медична система, за допомогою якої можна також записатися на прийом до лікаря та переглянути свою медичну історію [3, с.27-28].

Отже, з вищезазначеного можна зробити висновок, що Україна лише починає шлях електронізації комерції, зокрема в бізнес-моделі B2G. Проте, за короткий час, країна досягла вагомих успіхів, які наглядно представлені на прикладі електронних систем надання послуг у сфері охорони здоров'я. Є надії, що успіхи електронізації медичної сфери стануть поштовхом до подальшого всестороннього розвитку економіки держави в цілому.

Список використаних джерел:

1. Скляр Д. В. Концептуальні засади управління бізнес-процесами підприємств електронної комерції. *Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 6. С. 89-95. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-6-14>.

2. Ляшенко В. І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку. *Монографія*. 2018. Р. 2. С. 97-107. URL: https://iie.org.ua/wp-content/uploads/monografiyi/2017/Lyashenko_Vishnevsky_2018.pdf.

3. Круц А. О. Сучасні тенденції надання електронних послуг у сфері охорони здоров'я України. *Запровадження електронних послуг у сфері охорони здоров'я зі застосуванням технологій інтернету речей*. Р. 3. С. 26-29. URL: <https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2017/02/Bezpechna-gavan.pdf>.

УДК 331

Ю. Каленчук, здобувач вищої освіти СВО Магістр,
Р. Ліпський, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Анотація: Висвітлено актуальні проблеми ефективності системи оплати праці України в сучасних умовах функціонування суб'єктів господарювання. Наголошується на важливості чіткого визначення стратегії формування системи оплати праці, яка б відповідала поставленим вимогам та потребам. Запропоновані напрями удосконалення організації та мотивації оплати праці.

Ключові слова: оплата праці, формування системи оплати, нормування праці, мотивація праці, ефективність оплати праці.

Гідна оплата праці завжди буде ключовим мотивуючим фактором працівників до ефективної діяльності і економічного зростання підприємства. Ефективність праці в цілому визначається діючою системою заробітної плати. Як свідчить зарубіжний досвід, кардинальні зрушення у технічному оснащенні виробництва, структурі праці та функціях працівників, упровадження нових форм організації праці призводять до того, що головною метою економічної стратегії і системи матеріального стимулювання стає досягнення не кількісних показників випуску продукції, а якісних параметрів виробництва (поліпшення використання устаткування, робочого часу, складу робочої сили, якості продукції), спрямованих на підвищення ефективності виробництва, яке досягається в сучасних умовах не шляхом збільшення обсягів виробництва із залученням додаткових ресурсів, а на основі більш ефективного використання всіх наявних ресурсів і всебічного зниження витрат виробництва.

Матеріальне стимулювання в сучасних умовах застосовується здебільшого в комплексі з організаційно-технічними заходами, пов'язаними з підвищенням змістовності праці, поліпшенням її умов. Заробітна плата є одним з елементів виробництва і вагомою статтею її собівартості. Тому кожне підприємство має

володіти реальною і достовірною інформацією про принципи організації оплати праці, її форм і систем та мати ефективну систему мотивації праці.

Одним із основоположних елементів організації виробництва є оплата праці, яка виражає головний і безпосередній інтерес найманих працівників, роботодавців і держави. Пошук взаємовигідного механізму реалізації та збереження інтересів вказаного тристороннього партнерства є однією з основних умов розвитку економіки і є предметом функції управління працею та оплатою, узгодження номінальної заробітної плати з реальною.

Ріст продуктивності праці досягається не тільки впровадженням новітніх досягнень в області техніки, технології, організації і управління виробництвом, але й раціональною системою стимулювання праці. Існує пряма залежність між продуктивністю праці та її оплатою. Правильний рівень оплати праці забезпечує зростання її продуктивності. В свою чергу від зростання продуктивності праці, збільшується обсяг виробництва і реалізації продукції і з'являються резерви підвищення рівня оплати праці.

Продуктивність праці – це ефективність затрат конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, виробленої за одиницю робочого часу, або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції. Зростання продуктивності праці означає збільшення кількості продукції, виробленої за одиницю часу, або економію робочого часу, витраченого на одиницю продукції [2, с. 398].

Для розширеного відтворення, отримання прибутку і рентабельності потрібно створити такі умови, щоб темпи росту продуктивності праці випереджали темпи росту його оплати. Якщо такий принцип не дотримується, то відбувається перевитрата фонду заробітної плати, підвищення собівартості продукції і відповідно зменшення суми прибутку.

Таким чином, на підприємствах України рівень ефективності використання коштів фонду оплати праці є недостатнім. Є абсолютна і відносна перевитрати коштів фонду оплати праці, темп зростання заробітної плати працівників випереджає темп зростання їх продуктивності праці. Відрядні розцінки, оклади і

ставки тривалий час не переглядаються, що знижує їхню стимулюючу роль. Середній розмір заробітної плати працівників перевищує мінімальну заробітну плату лише на 35-40 %, що не може задовольняти первинних матеріальних потреб людини. А оскільки існує пряма залежність зарплати та прибутку підприємства від рівня продуктивності праці, то головною задачею на підприємстві є підвищення рівня оплати праці і стимулювання працівників до прийняття на себе більшого обсягу робіт [3].

Аналіз діючої системи оплати праці в сучасних умовах показав, що вона представляє мало стимулів для підвищення результативності праці і в першу чергу її продуктивності. Підприємство нарощує обсяги витрат на оплату праці, забезпечуючи зростання середньої заробітної плати без відповідного підвищення обсягів виробництва. Не витримуються співвідношення між заробітною платою і продуктивністю праці. Це зумовлено такими дестабілізуючими факторами як затримка платежів за реалізовану продукцію, загроза інфляції, зміна структури заробітної плати (зниження частки тарифу в заробітній платі), відсутність дієвого контролю з боку державних органів за регулюванням заробітної плати та цін, відсутність відрегульованої податкової політики та ніші. В умовах ринкової конкурентної економіки необхідно впроваджувати такі системи оплати праці, які б забезпечували якісний рівень життя і безпосередньо орієнтували робітника на ріст продуктивності праці [4].

З огляду на вищезазначене, можна зробити висновок, що побудова ефективної системи мотивації праці є важливим стратегічним завданням, оскільки вона безпосередньо впливає на продуктивність використання праці, а відтак, і на конкурентоспроможність підприємства.

При цьому критерієм економічної ефективності управління оплатою праці повинно бути випереджаюче зростання доходу підприємства порівняно із зростанням фонду оплати праці. Якщо таке випередження не забезпечується, необхідно детально проаналізувати причини його і розробити заходи, спрямовані на одночасне зростання доходів та економію витрат на оплату праці [1].

Якщо зростання доходу відповідає темпу зростання фонду оплати праці, то, як бачимо, економічна ефективність управління оплатою праці досягається, проте рівень оплати праці не задовольняє первинних матеріальних потреб і заробітна плата не виконує стимулюючої функції, тобто потрібно шукати можливості її підвищення і удосконалення.

На нашу думку необхідно шукати напрями вдосконалення системи мотивації в оплаті праці. Програма мотивації повинна базуватись на загальноприйнятих принципах, що стимулюватимуть зростання продуктивності праці і підвищення ефективності роботи підприємства в цілому:

- 1) винагорода за чітко визначені дії та обов'язки;
- 2) заохочення, які сприятимуть зростанню продуктивності, зниженню собівартості, підвищенню ефективності, досягнення цілей підприємства;
- 3) своєчасність винагороди – ключовий фактор при вихованні робітників;
- 4) розмір винагороди – відображає значимість дії і рівень зростання.

Побудова ефективної системи мотивації на будь якому підприємстві є важливим стратегічним завданням, оскільки вона безпосередньо впливає на продуктивність використання праці, а, відтак, і на конкурентоспроможність підприємства в умовах ринку. Мотивація, якщо розглядати її комплексно, – це основоположний фактор залучення робочої сили «вищого ґатунку», збереження потрібних кадрів, розвитку персоналу в умовах модернізацій та швидких змін зовнішнього середовища. Оскільки до мотиваційної системи входять різні мотиви, то її практичним втіленням повинен бути, компенсаційний пакет, елементи якого спрямовані на:

- врахування вартості робочої сили, індивідуального трудового внеску працівника та прибутковості підприємства;
- врахування відносної (всередині підприємства, організації) та абсолютної ринкової цінності робіт (трудових послуг);
- задоволення як матеріальних, так і моральних потреб працівників;
- заохочення досягнення не лише оперативних і тактичних, але й

стратегічних цілей підприємства.

Список використаних джерел:

1. Демиденко І. Оцінка системи оплати праці та шляхи її удосконалення на промисловому підприємстві. *Економічний аналіз*. Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка». Тернопіль, 2012. Вип. 10. Ч. 4. С. 73-76.

2. Економіка праці та соціально-трудова відносини : підручник / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. К. : КНЕУ, 2009. 711 с.

3. Карпенко Н. Г. Аналіз використання ресурсів праці в бюджетних установах. *Економіка і підприємництво : організаційно-методологічні аспекти обліку, фінансів, аудиту та аналізу* : зб. наук. пр. ПДАА, 2016. Вип. 16. С. 249-252.

4. Плаксієнко В. Я. Значення професійного підбору персоналу при формуванні якісного кадрового складу аграрного підприємства. *Інвестиції : практика та досвід*. Чорноморський національний університет імені Петра Могили, ДКС «Центр», 2016. С.9-15.

УДК 339.92

Д.О. Карлаш, Ст.гр. ЕВ-21
Національний університет Львівська політехніка
(м. Львів, Україна)

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація: транснаціональні корпорації є одним з найважливіших предметів міжнародної економіки. Вони впливають на нові тенденції міжнародного бізнесу, глобальну конкурентоспроможність на міжнародних ринках, а також економіку держав, націй.

Ключові слова: глобалізація; транснаціональні корпорації; транснаціоналізація; конкурентні переваги; державне регулювання, прями іноземні інвестиції, міжнародна діяльність.

Батьком теорії ТНК вважається англійський неокласик Кост (Coast), чії ідеї розробляв С. Гаймер (S. Hymer) [1, с. 151].

Два ключові аспекти транснаціональних корпорацій: перший наголошує на ТНК як на сучасній промисловій компанії, яка відіграє домінуючу роль в економіці та представляє велику адміністративну мережу, місце, де приймаються рішення. Другий аспект стосується того, що навіть якщо компанії розвивають міжнародну діяльність, за своєю суттю вони є національною компанією [1, с. 151].

Rugman (2006) стверджує, що транснаціональні компанії - це підприємства, які виробляють та продають свої товари у більш ніж одній країні та створюють додану вартість. Зазвичай вони складаються з материнської компанії, розташованої в країні походження компанії та принаймні п'яти філій, розташованих у так званих приймаючих країнах [1, с. 151].

Головною ознакою материнської компанії є наявність у компанії контролю над активами економічних одиниць, розташованих на території інших держав [2, с. 3].

За оцінками наднаціональної організації безпосередньо зайняті 4% загальної зайнятості в розвинутих країнах і 12% усіх працівників країн, що

розвиваються [1, с. 152].

За інформацією Європейської комісії (2016) в даний час транснаціональні корпорації контролюють більше половини міжнародної торгівлі [1, с. 152].

Річний оборот багатьох ТНК перевищує валовий національний продукт більшості країн [1, с. 152].

Основні чинники появи транснаціональних корпорацій:

- отримання дешевих або якісних факторів виробництва;
- вихід на нові ринки збуту;
- зниження рівня конкуренції;
- зниження витрат виробництва;
- підвищення конкурентоспроможності [3].

Основні критерії, що дозволяють віднести компанію до транснаціональних (за визначенням ООН):

- кількість країн, в яких діє корпорація (мінімум становить від двох до шести країн);
- певна кількість країн, в яких розміщені виробничі потужності корпорації;
- певний розмір капіталізації, якого досягла корпорація;
- мінімум частки іноземних операцій у доходах чи продажах корпорації (як правило, 25%);
- володіння не менше 25% голосуючих акцій у трьох або більше країнах;
- інтернаціональний склад персоналу та вищого керівництва корпорації [4, с. 3].

Сучасні ТНК концентрують свою діяльність в найбільш прибуткових і високотехнологічних галузях: фінансовій, нафтопереробній, фармацевтичній, хімічній, харчової, високотехнологічному виробництві, електроніці та ін. [5, с. 3].

Транснаціональні корпорації економлять значні кошти на масштабах виробництва. Адже, як відомо, частка постійних витрат зменшується з розширенням масштабів виробництва [6, с. 4].

Наведемо топ 10 найдорожчих компаній світу у 2021 році (табл. 1).

Таблиця 1

ТОП 10 найдорожчих компаній світу в 2021 році [7]

Номер	Назва	Вартість, млрд. дол.	Галузь	Продукція
1	Saudi Aramco	2 458	Видобуток, переробка нафти і газу.	Видобуток, переробка нафти і газу.
2	Apple inc.	2 213	Електроніка, інформаційні технології.	Персональні комп'ютери і планшети, мобільні телефони, аудіоплеєри
3	Microsoft	1 653	Розробка програмного забезпечення	Microsoft Office, Microsoft Windows, Xbox.
4	Amazon Inc.	1 596	Роздрібна торгівля.	
5	Delta Electronics (Thailand)	1 435	Електроніка та автоматизація.	
6	Alphabet Inc.	1 203	Інтернет	
7	Tesla, Inc.	834	Автомобілебудування та сонячна енергетика.	
8	Facebook	757	Інтернет	
9	Tencent	738	Конгломерат	Соціальні мережі, обмін миттєвими повідомленнями, засоби масової інформації, веб-портали тощо
10	Alibaba Group	620	Інтернет	Електронна комерція, хостинг онлайн-аукціонів, онлайн-перекази грошей, мобільна комерція.

На сьогодні транснаціональні корпорації займають провідну позицію на світовому ринку товарів і послуг. Цим суб'єктам господарської діяльності належить вагомий роль у формуванні та становленні нових галузей промисловості, започаткуванні нових видів виробництв, використанні новітніх стратегічних орієнтирів щодо проникнення на нові ринки тощо. Крім того, конкурентні переваги досліджуваних компаній підсилюють конкурентоспроможність країн їх розташування.

Список використаних джерел:

1. Marcel Kordos*, Sergej Vojtovic. Alexander Dubcek Transnational

corporations in the global world economic environment. University in Trencin, Studentska 2, 91150 Trencin, Slovak Republic.

URL:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281631120X>

2. Гринь О.В. Роль ТНК в сучасній світовій економіці. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/viewFile/3061/2749

3. Болгарова Н. К., Паневник Т. М. Транснаціональні корпорації в аспекті розвитку глобалізаційних процесів. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=445>

4. Моторнюк У. І., Теребух М. І., Стасюк Н. Р. Транснаціоналізація як фактор розвитку світової економіки. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/105.pdf

5. Ткаченко Д.О. Сутність транснаціоналізації та особливості діяльності транснаціональних корпорацій в умовах глобальної економіки. URL:[file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Nvmgu_eim_2015_13_18%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Nvmgu_eim_2015_13_18%20(2).pdf)

6. The role of transnational corporations in the globalization of the economy. URL: <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/125922236.pdf>

7. ТОП 10 найдорожчих компаній світу в 2021 році. URL: <https://ru.fxssi.com/top-10-samyx-dorogix-kompanij-mira>

УДК 331.5.024.5

А. Карнаушенко, к.е.н.,
ст. викладач кафедри економіки та фінансів,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

СТРИМУЮЧІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація: В статті досліджено економічні переваги від провадження підприємницької діяльності та виявлено основні стримуючі фактори розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Визначено, що для активізації молодіжного підприємництва велике значення відіграє державна підтримка.

Ключові слова: молодіжне підприємництво, стримуючі фактори, державна підтримка, малий бізнес, молодь

Розвиток малого бізнесу, в тому числі молодіжного підприємництва, важливий, як з точки зору створення нових робочих місць, так і з позиції ряду економічних переваг, що дозволяють успішно конкурувати на ринку з великими підприємствами (рис.1) [1].

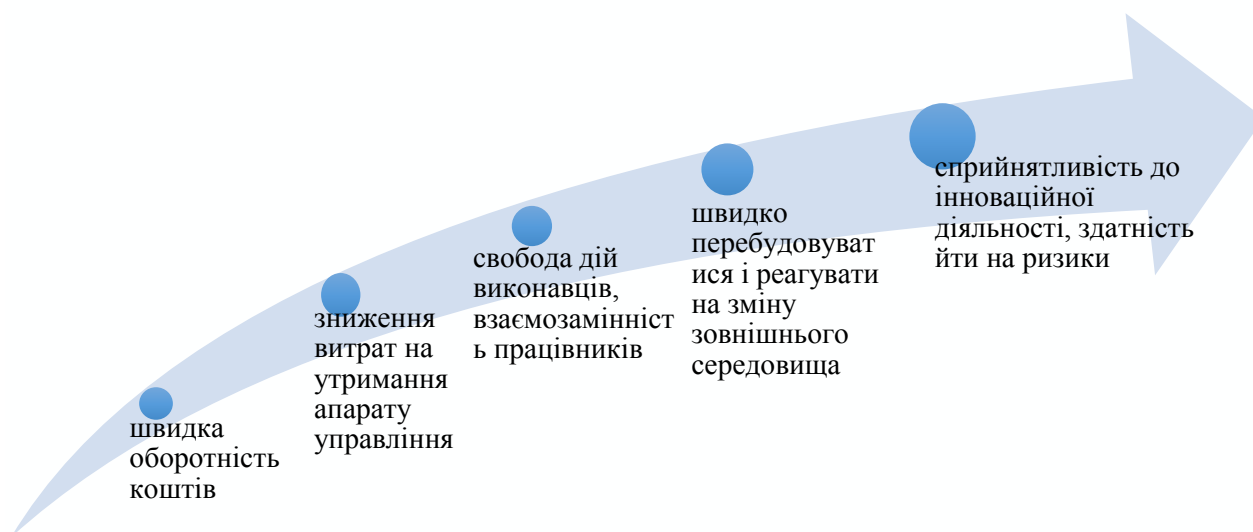


Рис. 1. Економічні переваги від провадження підприємницької діяльності

Вищеназвані характеристики малого бізнесу дають їм значні переваги. Адже, молодіжний бізнес відіграє ключову роль у вирішенні соціально-економічних проблем, таких як створення нових робочих місць, скорочення рівня безробіття та підготовка кваліфікованих кадрів [2]. Молодіжне підприємництво здатне виконувати ряд соціально значущих функцій, властивих

сферам молодіжної і соціальної політики [3]. Такі як: формування нового менталітету нації, заснованого на позитивному ставленні до інституту приватної власності і підприємництва; підвищення економічної активності молодих людей; організація зайнятості молоді; проведення професійної орієнтації і навчання молодих людей; надання можливості реалізації досить високого освітнього потенціалу молодих людей, їх самореалізації та самоствердження; підвищення життєвого рівня молодих людей; формування активної соціальної позиції молоді; посилення соціальної захищеності молоді [4].

Розвиток молодіжного підприємництва - досить тривалий процес. Це пов'язано з цілим рядом факторів. Дослідники виділяють наступні групи стримуючих факторів (рис. 2) [1; 5].

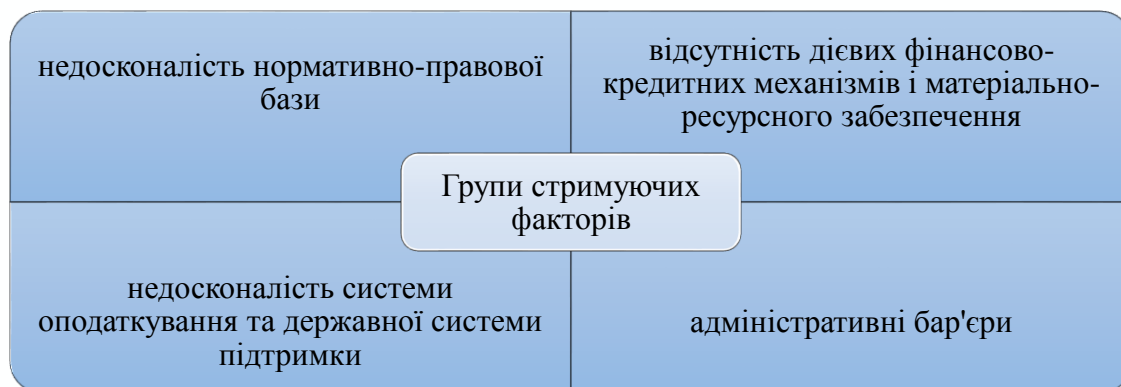


Рис. 2. Основні групи стримуючих факторів підприємництва

В попередніх дослідженнях автора були проведені дослідження розвитку молодіжного підприємництва, на основі яких можна виокремити основні екзогенні та ендогенні фактори [2; 4]. В першу чергу до екзогенних факторів належить державна підтримка підприємництва. Для розвитку малих форм підприємництва важлива підтримка органів влади на всіх рівнях (і на загальнодержавному, і на місцевому). Державна підтримка впливає на розвиток підприємництва: знижує залежність від зовнішнього кредитування, зменшує вразливість при порушенні договірних зобов'язань та підтримує вразу нестійкості доходів.

Крім того, молодим підприємцям потрібна допомога в отриманні знань основам ведення підприємницької діяльності та надання правової підтримки (в

тому числі і в сфері податкового законодавства). Як показує досвід розвинених країн - без державної підтримки неможливо сформувати хоча б невеликий прошарок дрібних підприємців.

Органам державної підтримки слід активніше розвивати бізнес-інкубатори, молодіжні біржі праці, клуби ділового спілкування, консультаційні клуби, жіночі підприємницькі клуби та ін. організації, які можуть допомогти майбутнім підприємцям у відкритті своєї справи. Створення та розвиток жіночих клубів допоможе сформувати різні форми малого підприємництва серед жінок. Крім того, молодіжне підприємництво не повинно обмежуватися сферами торгівлі, послуг та іншими поприщами, в яких характерні швидкі обороти коштів, а повинно розвиватися в сфері нових технологій, інформаційних систем та комунікацій.

До екзогенних факторів також слід віднести можливість використання молодими підприємцями фінансових інструментів . Застосування фінансових інструментів у підприємницькій діяльності надає власникам бізнесу наступні можливості: доступ до фінансових ресурсів за допомогою системи інвестиційно-кредитних відносин; можливість формування інвестиційного портфеля; застосування фінансових інструментів і термінових контрактів для страхування і хеджування підприємницьких ризиків.

Крім того, значну роль в розвитку самозайнятості молодих людей відіграє образ підприємця, який склався в масовій свідомості. В країнах минулого Радянського Союзу і в Україні частково, в громадській думці сформувався образ підприємця, який займається спекуляцією або купи-продай. Такі погляди негативно позначаються на залученні молоді в даний вид діяльності [5].

До ендогенних факторів відносяться: бізнес-мотивація молодих підприємців; особистісні характеристики та якості молодих підприємців. Особливістю молоді (громадян у віці до 34 років) є інноваційність мислення, мобільність, швидкість адаптації до нових умов економічної сфери життєдіяльності, наявність сучасних знань, а також можливість швидкого

перейняти нові знання.

Одним з головних економічних мотивів для молодіжного підприємництва є не просто право власності, але право володіння, право розпорядження і право контролю доходів. Молоді люди зазначають, що свій бізнес їх приваблює наявністю постійної зайнятості, отриманням нових навичок, високих доходів і можливість ними розпоряджатися.

На сьогоднішній день в розвитку українського молодіжного підприємництва є низка характерних проблем: 1. відсутність повноцінної законодавчої бази; 2. слабка розвиненість системи фінансування бізнес-проектів; 3. наявність високих податкових і кредитних ставок; 4. відсутність інформаційного ресурсу, в якому молоді люди змогли б знайти необхідну інформацію про існуючі програми підтримки підприємництва; 5. корупційні бар'єри і «тіньова» економіка [2; 4; 5].

Серед стримуючих факторів, які заважають організувати власну справу, на думку молодих людей, головним є нестабільність умов ведення бізнесу в Україні (рис. 3). Так вважають більшість молодих людей, які не створили власний бізнес, але хотіли б.

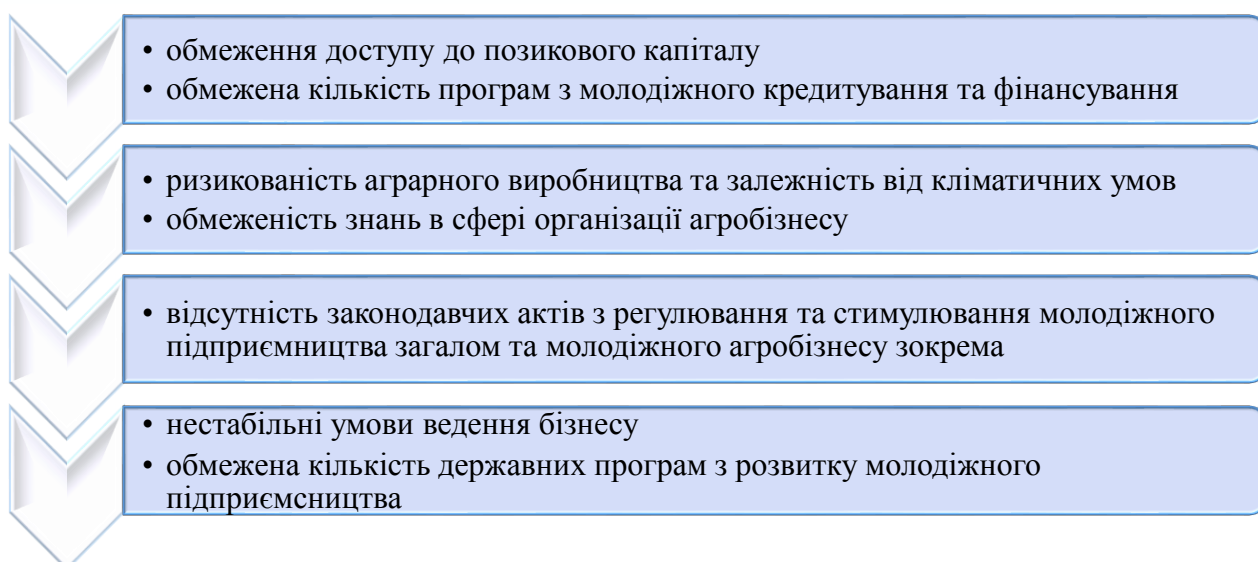


Рис. 3. Стримуючі фактори розвитку молодіжного підприємництва в Україні

Отже, в результаті вище викладеного встановлено, що для активізації розвитку молодіжного підприємництва українському уряду варто: активізувати державну підтримку молодих підприємців; розробити ефективну молодіжну політику для залучення молоді до державних та бізнесових сфер діяльності; ввести фіскальні пільги для молодих підприємців та знизити державне регулювання молодіжної підприємницької діяльності; поширити інформацію про можливості отримання грантових заявок на розвиток молодіжного підприємництва від міжнародних організацій; створити всеукраїнський бізнес-інкубатор для реалізації молодіжних бізнес-ідей в різних областях економіки; та інше.

Список використаних джерел:

1. Алещенко Л. О. Молодіжне підприємництво як фундамент розвиненої економічної інфраструктури. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.202>

2. Karnaushenko, A., Petrenko, V., Tanklevska, N., Borovik, L., Furdak, M.. Prospects of youth agricultural entrepreneurship in Ukraine. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 2020, №6(4), с. 90-117. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2020.06.04.06>

3. Боровік Л.В. Аналіз впливу домогосподарств населення на інвестиційну привабливість галузі. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 4(66). С.33-38.

4. Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Формування молодіжного підприємництва в Україні та аналіз факторів впливу на його розвиток. *Фінансовий простір*. 2019. № 3(35). С. 139-147 DOI: [https://doi.org/10.18371/fp.3\(35\).2019.190170](https://doi.org/10.18371/fp.3(35).2019.190170)

5. Капліна А. І. Молодіжне підприємництво: проблеми та шляхи їх вирішення. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8312> (дата звернення: 09.04.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.50

УДК 658

Ю.В. Ковтуненко, д.е.н., доцент
професор кафедри обліку, аналізу і аудиту
А.В. Мойсей, студентка
кафедри обліку, аналізу і аудиту
Д.Ю. Ковтуненко, аспірант
Одеський національний політехнічний університет
(м. Одеса, Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація: Проаналізовано проблеми розвитку інноваційних підприємств в Україні. Описано основні проблеми, які гальмують розвиток інноваційного підприємництва. Проаналізовано статистичні дані щодо впровадження інноваційної діяльності промисловими підприємствами України. Висвітлено головними недоліками розвитку інноваційного підприємництва в Україні.

Ключові слова: підприємництво, розвиток, проблеми, інноваційне підприємництво, інновації, діяльність.

Інновації відіграють в сучасній економіці надзвичайно важливу роль, їх впровадження та ефективність являються важливою ланкою економічної стратегії держави.

Про роль інноваційних підприємств у розвитку економічних систем зазначав ще Й. Шумпетер, оскільки при капіталізмі не існує іншого прибутку як чистий дохід від підприємницької діяльності, що забезпечується ініціативністю та інноваційністю підприємця [1].

Впровадження інновацій, надає змогу національній економіці зайняти провідне місце на світовому ринку. Створення умов, в яких буде поширюватися інноваційна діяльність, являється першочерговим завданням державної економіки.

Інноваційне підприємництво є провідною ланкою економічного розвитку України і воно повинно стати ключовим фактором побудови «нового» українського суспільства в умовах інтеграції.

Світовий досвід засвідчує, що саме інноваційне підприємництво на етапі свого розвитку стає головним структуроутворюючим елементом конкурентного

ринкового середовища, важливою рушійною силою розвитку економічної системи. Інноваційне підприємництво досягає рівня самоорганізованості, починає функціонувати як цілісна, єдина і збалансована система, що орієнтована на стійкий ефективний розвиток у будь яких економічних ринкових системах [2, с. 117].

Основною метою, наразі, являється прискорення інноваційного розвитку на підприємствах та перехід до стратегічної економіки. Її основою є інтелектуальні ресурси, інтелектуальний капітал, наука та процес передачі творчої діяльності у виробництво матеріальних та інтелектуальних благ.

Проблема розвитку інноваційного підприємництва в Україні зумовлена переходом економіки на якісно новий – інноваційний тип розвитку. Економічне зростання країни в сучасних умовах значною мірою залежить від її здатності адаптуватися до технологічних зрушень, а збільшення обігу та зростання виробництва – від інновацій [3, с. 223].

Сьогодні безперечні конкурентні переваги мають ті підприємства, що встигають своєчасно створювати нові інновації на зміну морально застарілим [4, с. 18].

В Україні підприємства працюють у складних соціально-економічних, та політичних умовах. Це залежить від недосконалості ринкового середовища, яке заважає ефективному управлінню у власних і національних інтересах. Тому деякі підприємства, відчуваючи податковий тиск, зниження спроможності внутрішнього ринку, відсутність інформації, співпрацюють з владою, а інші частково або повністю займаються «тіньовою економікою». Проблема технологічного стану промислового виробництва також надзвичайно гостро постала в Україні.

Досвід розвинених країн засвідчив, що досягнення високого рівня споживання і якості життя можливе лише на засадах нової постіндустріальної цивілізації, найсуттєвішими ознаками якої є інноваційний розвиток [3, с. 223].

Аналізуючи впровадження інновацій на промислових підприємствах в Україні, можна сказати, що з 2017 року кількість підприємств з інноваційною активністю зменшилась (табл. 1). Можна побачити, що у 2016 році найбільша

кількість підприємств впровадили інновації, але ця хвиля була недовготривалою.

Це свідчить про наявні негативні тенденції розвитку інноваційного підприємництва в Україні у порівнянні з європейськими країнами.

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах [5]

Впровадженні інновації	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), в загальній кількості промислових підприємств, %	12,1	15,2	16,6	14,3	15,6	13,8
Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів, одиниць	1743	1217	3489	1831	2002	2318
З них нових або суттєво поліпшених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів	447	458	748	611	926	857
Кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції (товарів, послуг), одиниць	3661	3136	4139	2387	3843	2148
З них нових видів машин, обладнання	1314	966	1305	751	920	760
Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, %	2,5	1,4	... ⁴	0,7	0,8	1,3

За рейтингом сприятливих умов для підприємницької діяльності в Україні за останні декілька років відбулись позитивні зміни (рис.1), було введено низку реформ і досягнуто великих покращень у напрямі реєстрації та розвитку підприємств. Тобто не все так погано, але на рівні з провідними країнами світу Україна значно відстає.

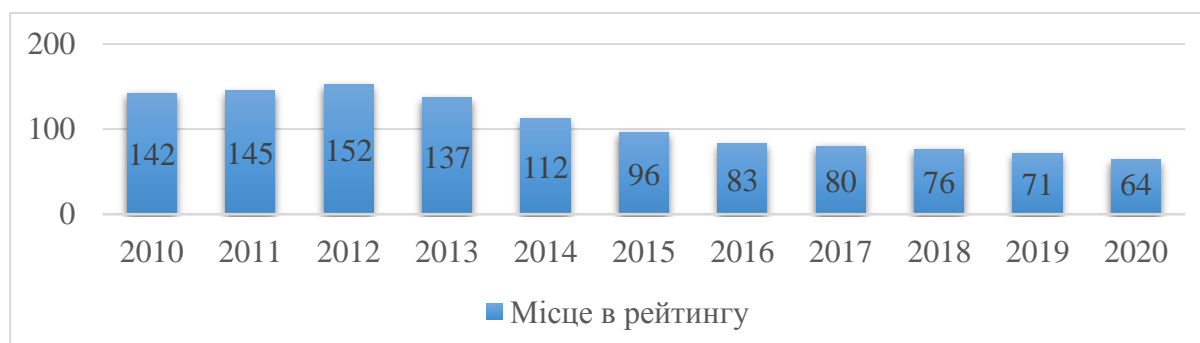


Рис. 1. Місце України в світовому рейтингу за умовами ведення бізнесу [6]

На сьогодні, в Україні інноваційне підприємництво представлене частково, через те, що кількість малих та середніх підприємств набагато менше за середній

показник у світі. І у 2020 році багато малих підприємств в Україні припинили свою діяльність через пандемію.

Головними недоліками на шляху до розвитку інноваційного підприємства в Україні є:

– невідповідність та недосконалість нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності та широко розповсюдженої практики невідповідності законодавчим нормам;

– відсутність структурованої та стабільної державної політики щодо інновацій; замало розвинена інноваційна інфраструктура і ринок інтелектуальної власності;

– відсутні значні джерела фінансування, а наявний інвестиційний потенціал є недостатнім;

– відсутність усталеної системи приватної власності та надання умов для економічної конкуренції;

– інструменти стимулювання (кредитування, пільгове фінансування, зменшення податкового навантаження) використовуються не повністю.

Отже, розвиток інноваційних підприємств, на даному етапі лише повільно набирає обертів. Статистичні дані, вказують на те, що певні перешкоди гальмують впровадження інноваційної діяльності на підприємствах. Це свідчить про те, що більшість підприємств не є конкурентоспроможними, що надалі призведе до поганих наслідків.

Для розв'язання проблем розвитку інноваційних підприємств в Україні необхідно забезпечити обов'язковий характер державної підтримки розвитку інноваційних підприємств шляхом безпосередньої участі у розвитку інноваційних структур.

Список використаних джерел:

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М. : Директмедиа Паблишинг. 2008. 401 с.
2. І.А. Прилуцька Розвиток інноваційного підприємництва як чинник

забезпечення конкурентоспроможності економіки України. *Економічна наука*. 2013. №2. С. 117-120.

3. Ткаченко Т.П., Тульчинський Р.В. Розвиток інноваційного підприємництва в Україні. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2009. С. 223-229.

4. Ковтуненко Ю.В. Комерціалізація інноваційних розробок промислового підприємства в залежності від стадій її життєвого циклу. *Економіка Фінанси. Право*. 2015. №7. С. 17-19.

5. Впровадження інновацій на промислових підприємствах. Державна служба статистики України. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення 09.03.2021).

6. Ease of Doing Business rankings. Doing Business. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>. (дата звернення 23.03.2021).

УДК 339:635.1/.8

Колінько А. Д., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
Бойко Л. О., к. с.-г. н., доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

ОГЛЯД РИНКУ ЧАСНИКУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Анотація: результатом авторського дослідження став огляд ринку часнику в Україні та світі. Відмічено світовий тренд до росту обсягів виробництва цієї харчової культури, особливо в умовах карантину. Проаналізовано експортно-імпортний обіг часнику в Україні.

Ключові слова: овочеві культури, ринок часнику, імпорт часнику, експорт часнику, часникова ніша

Виробництво та реалізація овочевих культур сільськогосподарськими товаровиробниками відіграє велику роль у аграрному секторі економіки і є перспективним напрямом в розвитку власного бізнесу. Фермери та домогосподарства в основному віддають перевагу вирощуванню традиційних овочевих культур таких як капуста, томати, морква, буряк столовий та цибуля. [1, 2]. Споживачами слушно було відмічено, що не весь асортимент овочевих культур власного виробництва аграріями постачається на ринки в достатній кількості, яка може повністю задовольнити попит на них. Однією із таких культур є часник. Головною причиною чому аграрії не поспішають збільшувати його виробництво - це наявність на ринку великої кількості імпортного продукту. Насправді часник являється затребуваним харчовим продуктом, який при вирощуванні не потребує великих капіталовкладень та особливих умов, тільки дотримання відповідної технології вирощування та зберігання. Відсутність в цій ніші потужних українських виробників та конкуренції надає значні можливості і перспективи для успішного ведення бізнесу з виробництва часнику.

За даними Державної служби статистики України, у 2019 р. посівні площі часнику становили 24,1 тис. га (Рис.1), у 2018 р. – 22,6 тис. га, що на 4,4 % більше, ніж у 2017 р. (21,5 тис. га). При цьому загальна частина посівів сконцентрована

у приватному секторі, наприклад, у 2018 р. площа промислових підприємств складала всього 1,1 тис. га. Найбільші посівні площі часнику сконцентровані у Вінницькій, Одеській, Львівській, Київській, Кіровоградській, Харківській, Черкаській областях. Внутрішнє вирощування часнику забезпечує 90 % місцевого ринку. Виробництво часнику в Україні в 2017 р. склало 185,83 тис. т, в 2018 р. – 187,02 тис. т, що більше на 0,63 % [3].

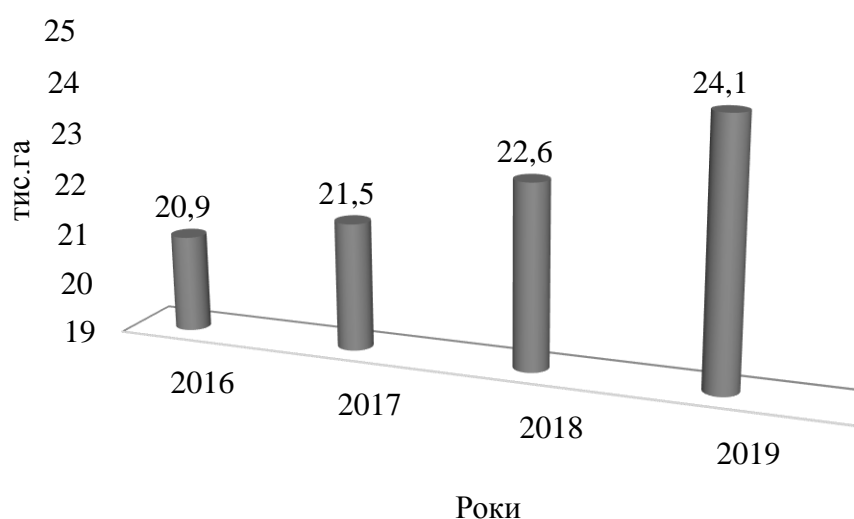


Рис. 1. Посівні площі часнику в Україні в 2016-2019 рр., тис. га

Джерело: складено автором на основі [3]

Як не дивно, до останнього часу 90% представленої продукції на ринку України було імпортовано з-за кордону, лише 10% часнику виробляється всередині країни, 3% припадає на фермерські господарства, а 7% – домогосподарства. Імпорт часнику в Україну в 2019 р. становив більше 5,3 тис. т свіжого продукту, з яких 73 % надійшло з Китаю.

В Україні імпорт часнику збільшується два роки поспіль і його обсяг досяг максимальної позначки у 2019 р. Основний постачальник часнику в Україну – Китай, обсяги імпорту цієї культури виросли на 61 %. У 2013 р. Україна імпортувала близько 6,9 тис. т часнику, однак у 2017 р. імпорт зменшився до 2,5 тис. т і виробники наростили експорт, який становив майже 600 т у 2018 р.

Україна ніколи не була нетто-експортером часнику, оскільки імпортувалося більше, ніж експортувалося [4].

Експорт часнику з України за 2018 р. склав 1,3 тис. т. Основними покупцями українського часнику були такі країни як Білорусь, Латвія, Польща, Естонія, Грузія і Австрія [5]. Більша частина вирощеного в домогосподарствах часнику не може йти на експорт через низькі товарні характеристики – сортову розрізненість, малий діаметр голівок, відсутність упаковки.

На світовому ринку часнику неоднозначна ситуація, оскільки через пандемію COVID - 19 існує дефіцит цього продукту, зокрема на ринках Німеччини, Франції, Італії, Іспанії, Єгипту, Південної Африки, Мексики, Північної Америки. З січня 2021 р. ціна на іспанський часник зросла на 15 %. Також існує високий попит на часник через дефіцит його на світовому ринку.

Організація ООН з питань продовольства зазначає, що часник належить до 5 харчових культур, ціни на які постійно зростають. Ціни на часник в Італії зросли на 30 %. Високий попит дає змогу Єгипту можливість вийти на нові ринки. Наприклад, експорт до Бразилії, який відкрився для Єгипту минулого року, знову зріс. Попит на єгипетський часник також зріс у Канаді, США та Південній Африці. Припинення імпорту з Китаю, на який припадає 80% світової торгівлі часником, вплинуло на ринок Канади та США. Попит цього сектору починає відновлюватися і вже становить 15–20% від норми.

За прогнозами, до кінця 2022 р. ринок часнику отримає дохід у розмірі 19,5 млрд дол. США, а найбільшим ринком часнику стане Азіатсько-Тихоокеанський регіон (крім Японії). Найбільшими часниковими постачальниками будуть Індія і Китай, адже виробництво часнику в цих країнах підтримують на рівні урядів [6].

Отже, можна зробити висновок, що вирощування часнику це перспективний для України напрям, тому що є всі ресурси для розвитку цієї галузі і аграрії можуть виробляти якісний продукт за конкурентною ціною. Звісно, в сільськогосподарській галузі постійно присутній ризик, оскільки не завжди все залежить від виробника. Але часникова ніша ще не зовсім досліджена та

розвинута тому має значний потенціал.

Список використаних джерел:

1. Бойко Л. О. Сучасні тенденції розвитку овочевої галузі в умовах євроінтеграції України. *Агросвіт*. 2020. № 6. С. 69–76. doi: 10.32702/2306-6792.2020.6.69
2. Boiko V., Kwilinski A., Misiuk M., & Boiko L. (2019). Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland. *Economic Annals-XXI*. 175(1-2). P. 68-72. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V175-12>
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 01.04.2021)
4. Україна збільшує імпорт часнику. URL: <http://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/16795-ukraina-zbilshuie-import-chasnyku.html> (дата звернення 02.04.2021)
5. Топ-3 напрямки для експорту українського часнику. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/top-3-napramki-dla-eksportu-ukrainskogo-casniku> (дата звернення 02.04.2021)
6. Опубліковано прогноз світового ринку часнику до 2022 року. URL: <https://info.shuvar.com/news/2851/Opublikovano-prohnoz-svitovoho-rynku-chasnyku-do-2022-roku> (дата звернення 03.04.2021)

УДК 336

Ж. Кононенко, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ЕЛЕМЕНТИ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: обґрунтовано доцільність орієнтації діяльності підприємства на пошук конкурентоспроможних переваг. Розглянуто сутність економічного середовища підприємства. Охарактеризовано фактори формування конкурентоспроможності підприємства, їх особливості та розглянуто основні чинники конкурентних переваг.

Ключові слова: конкурентоспроможність, середовище, фактори, переваги, виробничий процес, ефективний розвиток, економічне зростання.

Насиченість економічного середовища різноманітними товарами, доступність до необхідних послуг, продуктів та необмеженість потреб, що висувуються з боку споживача до виробника призводять до пошуку та становлення конкурентних особливостей кожного учасника такого ринку. Вагоме значення для здійснення організації діяльності та безпосередньо приймання участі у взаємовідносинах на ринку набуває середовище, що характеризується як конкурентне. Зрозуміло, що це арена, де діють значна кількість конкуруючих одиниць, де пропонуються товари та послуги з однаковими характеристиками, але з певними відмінностями, що націлені на задоволення потреб споживачів. Тому, всі відмінності аналогічних товарів та послуг можна віднести до групи індивідуальних, або інноваційних переваг товарів заміників [2].

На основі таких особливостей конкурентоспроможність товарів чи послуг підприємства має нові характеристики, наприклад, завдяки новим технологічним можливостям (нове обладнання, нові підходи та ін.) забезпечується висока економічна ефективність; завдяки широкому доступу навчальних інструкцій відбувається забезпечення підвищення кваліфікації працівників різних рангів діяльності підприємства, досягаються застосування нових підходів щодо здатності завойовувати та утримувати вигідні позиції на ринку. На основі цього

є необхідність назвати центральні умови забезпечення конкурентних особливостей підприємництва (рис. 1) [3; 4].

Аналітичні дослідження конкурентоспроможної діяльності підприємства визначає фактори, що мають вплив на взаємовідношення покупців до підприємства і як результат орієнтують на зміну частки продукції підприємства на ринку.



Рис. 1. Характерні особливості конкурентоспроможності підприємництва

Загальною складовою дослідження системи факторів оточуючого середовища є передбачення результатів, що можуть мати як позитивний, так і небажаний характер впливу. Тому завжди постає питання передбачення різнобічних випадків, що матимуть основу для перетворення загрозливих факторів на максимально можливі вигідні для підприємства [1]. Такі переваги можна назвати як конкурентні фактори чи можливості.

Стосовно конкурентних переваг також можна сформуванати стратегічні вимоги (можливі форми реагування) (рис. 2) [2; 4]. Вимоги будуть залежати від визначення середовища.



Рис. 2. Характеристики конкурентних переваг ключових факторів діяльності підприємства

Зазначені на малюнку чинники включають в трактування конкурентної переваги і зовнішні і внутрішні характеристики середовища підприємства. Наприклад, тактичний чинник націлений на короткотривалу перспективу діяльності підприємства і називає визначальні компоненти можливих факторів покращення проблемної ситуації. Інший чинник, стратегічний, націлений на сильніші сторони діяльності підприємства, за яким воно може випередити конкурентів. Зазначені позиції конкурентних переваг надають можливість

виокремити напрями раціонального використання ресурсів та надати підприємству можливості обирати доступніші шляхи розвитку економічного потенціалу на різний проміжок часу.

Список використаних джерел:

1. Гербут М.В. Фактори конкурентоспроможності організацій курортно-реакційної сфери та їх класифікація. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/36017/1/25_145-151.pdf (дата звернення 10.03.2021 р.).
2. Горбатько А. О., Гребешкова О. М. Ціннісний профіль освітньої програми як інструмент формування її конкурентних переваг. Стратегія економічного розвитку України. 2017. Випуск 41. С. 175-185.
3. Климчук А.О. Сучасна парадигма забезпечення конкурентних переваг підприємства. *Бізнесінформ*. 2014. № 1. С. 221–225 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_1_42. (дата звернення 10.03.2021 р.).
4. Мальчик М.В. Діагностика конкурентних переваг підприємства: ситуаційний підхід. *Управління розвитку. ХМЕУ*. 2008. № 19. С. 179.

УДК 330

Козяр В. Б., студентка
ДонНУ імені Василя Стуса
(м. Вінниця, Україна)

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Анотація: У статті розглянуто проблему тінізації економіки, визначено сутність поняття. Описано наслідки тінізації економіки на макрорівні. Висвітлено досвід країн ЄС у поширенні легальної діяльності та поради для покращення ситуації в Україні.

Ключові слова: тінізація економіки, безготівкова форма, готівкова форма, обіг грошей, легальна економіка, податки, дохід, платіжна система.

Надмірна тінізація економіки України є однією з ключових проблем на шляху розвитку інвестиційного та конкурентоспроможного економічного середовища країни. Вона показує ступінь корумпованості, відсутності у деяких громадян свідомості дотримання податкового законодавства, а також фіксує наявність нелегальних фінансових операцій. Тому, важливо слідкувати за динамікою цього показника та проводити політику спрямовану на розв'язання цієї проблеми.

Дослідження проблеми тіньової економіки в Україні є нагальним і згадується у працях вітчизняних науковців, а саме: Т.В. Цвігуна [1], О.А. Величко [2], С.В. Онищенко [3], О.М. Морицян [5] та ін.

Дослідити ступінь тінізації економіки України та показати шляхи усунення цієї гострої проблеми на прикладі зарубіжних країн.

У економіці будь-якої країни світу міститься частина господарської діяльності, яка не фіксується і як результат не регулюється державою. Таким чином деяка частина економічної системи перебуває у тіні, формуючи шкідливе, а подекуди і небезпечне економічне явище – «тінізація економіки». В економічній літературі існує багато визначень цього терміну, вартим уваги є наступне. Тіньова економіка – це економічна діяльність суб'єктів господарювання, яка не враховується, не контролюється і не оподатковується

державою та спрямована на отримання доходу шляхом порушення чинного законодавства [2].

Це явище не є новим світовим феноменом та має свої допустимі межі для нормального функціонування господарського механізму будь-якої країни (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація рівнів тінізації економіки

Значення	Рівень тінізації
До 10-12%	Допустимий рівень
20-40%	Критичний рівень для легальної економіки
40% і вище	Катастрофічний рівень

Джерело: складено автором на основі [1]

Згідно з дослідженнями компанії Ernst&Young у 2019 році рівень тінізації економіки України склав 23,8% або у натуральному вимірнику 846 мільярдів грн [4].

Слід зауважити, що на думку зарубіжних вчених, тіньова економіка не завжди є негативним явищем.

Так, швейцарський економіст Дітер Кассел навів приклад трьох позитивних функцій тіньової економіки, для стабілізації економічних процесів в державі:

1) «економічне мастило» – згладжування перепадів в циклічності економіки за допомогою перерозподілу ресурсів між легальною і тіньовою економікою;

2) «соціальний амортизатор» – пом'якшення небажаних суспільних суперечностей (наприклад неформальна зайнятість полегшує матеріальне становище бідних);

3) «вбудований стабілізатор» – тіньова економіка доповнює ресурсами легальну (неофіційні доходи використовуються для закупівлі товарів і послуг у легальному секторі, збільшуючи тим самим споживчий попит) [5, с. 63].

Однак, досліджуючи рівень тінізації української економіки і очікуючи від нього корисного, стимулюючого впливу на економічні процеси, ми переконані, що масштаб цього явища має бути набагато меншим за поточний рівень. Доказами негативного впливу надмірної тінізації економіки на соціально-економічне життя в Україні є постійні новини про незаконне вивезення ресурсів з території України, нелегальні продажі та обіг товарів всередині країни, виплата

працівникам заробітної платні «в конвертах» і т.д.

Одним з ключових аспектів негативного впливу цього явища є також відсоток прихованих від звітності грошей, млрд грн (у готівковій і безготівковій формах), що знаходиться в обігу (рис. 1).

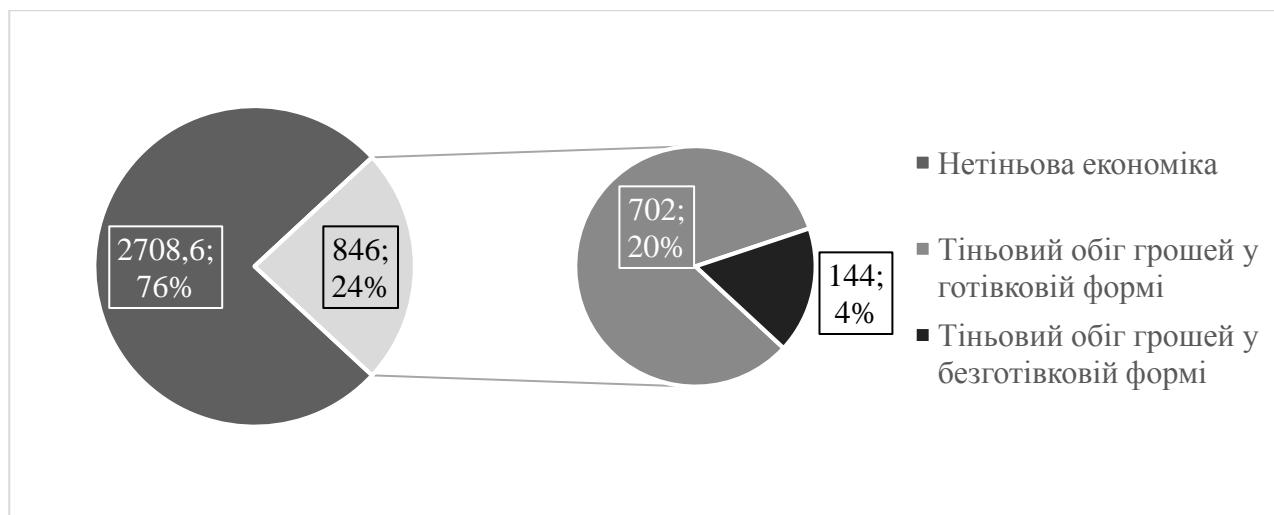


Рис. 1. Структура тіньового обігу грошей

Джерело: сформовано автором на основі [4]

З діаграми бачимо, що велику частину (більше 80%) становить саме тінізований обіг грошей у готівковій формі [4]. Для подолання такого високого рівня європейські вчені рекомендують популяризувати серед населення розрахунки у безготівковій формі, що дозволить комерційним банкам та органам влади фіксувати прояв нелегального руху коштів. На даний час в Україні частка використання підприємцями виключно готівки у розрахунках становить 62% [4].

Для ефективного та безболісного переходу до безготівкової форми здійснення своєї діяльності для малого та середнього бізнесу Mastercard, міжнародна платіжна система, створює проєкти у багатьох країнах світу. Позитивний досвід можна спостерігати у західного сусіда нашої держави – Польщі (Cashless Foundation). Завдяки фонду було встановлено 172 тисячі терміналів. Водночас лише 5% учасників програми не готові рекомендувати встановлення терміналів іншим підприємцям, що суттєво вплинуло на розвиток культури безконтактних платежів у Польщі [4].

Крім цього, у країнах ЄС жителі мають високий рівень свідомості та уникають способів «обману економічної системи». У той же час, держава

стимулює тих, хто чесно виплачує податки, прозоро показує свої доходи.

Для того, щоб довести важливість ведення легальної діяльності, варто продемонструвати населенню економічне зростання – ефект, який суспільство отримає у результаті. Це може бути покращення об'єктів соціальної сфери, а саме: будівництво нових лікарень, шкіл, дитсадків, об'єктів спортивної інфраструктури тощо. Головне, щоб ця діяльність була прозорою й підзвітною.

Отже, з усього вище викладеного можна зробити підсумок, що допустиме співвідношення між легальною та тіньовою економікою дозволить державі спрямовувати кошти у фонди цільового призначення, таким чином поліпшуючи рівень життя населення у країні. Проте варто приділити увагу шляхам подолання проблеми тінізації, які існують у розвинених країнах (не лише використовуючи владу примусу, а поляризуючи ідею відкритості економіки та стимулюючи дотримання суб'єктами бізнесу чинного законодавства).

Список використаних джерел:

1. Цвігун Т. В., Нечипорук О. І. Тінізації економіки: причини та особливості впливу на економічний розвиток. *Економіка та суспільство* : електрон. наук. фах. вид. Мукачєво, 2018. Вип. 19. С. 158-163. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/>

2. Величко О. А. Тіньова економіка як загроза економічної безпеки держави та регіону. *Студентський вісник національного університету водного господарства та природокористування*. 2015. №2. С. 113–116.

3. Онищенко С. В., Лапінський І. Е. Міжнародний досвід боротьби з тінізацією економіки в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_2_76.

4. Національний Банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/doslidjennya-tinovoyi-ekonomiki-v-ukrayini--mayje-chvert-vvp--abo-846-mlrd-griven--perebuvaye-v-tini>

5. Морицан О.М., Морицан В.Ф., Стефанишин Б.М. Тіньова економіка та її роль в економіці України. *Вісник Прикарпатського університету*. Економіка. 2014. Вип. 10. С. 61–66.

УДК: 339.944.2: 631.1

В. А. Колодійчук, д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій ім. С.З. Гжицького
(м. Львів, Україна)

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ МІЖНАРОДНОЇ ПІДТРИМКИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Анотація: Переважну більшість найменувань агропромислової продукції з доданою вартістю область імпортує і пріоритетними напрямками міжнародної підтримки АПК Львівщини є обмін досвідом та залучення інвестиційних ресурсів у сферу виробництва, переробки та зберігання аграрної продукції.

Ключові слова: сільськогосподарське підприємство, зовнішньоекономічна діяльність, агропромисловий комплекс, імпорт, зовнішньоторговельне сальдо.

Глобалізація світової економіки визначає міжнародну спеціалізацію кожної країни, що залежить від потенціалу національної економіки з позицій забезпечення її ресурсами. Серед галузей національної економіки України найбільш вагоме місце посідає агропромисловий комплекс, який формує не лише потужний експортний потенціал держави, а й є основою для розвитку багатьох галузей переробної промисловості всередині країни. Це особливо характерно для Львівської області, де відсутні передумови для екстенсивного ведення сільськогосподарського виробництва, проте є потужний потенціал переробних галузей та сприятливі передумови для їхнього розвитку.

Агропромисловий комплекс Львівської області формує п'яту частину валового регіонального продукту і серед регіонів України область займає провідні місця з виробництва картоплі, молока, м'яса, цукрових буряків та овочів. Однак структура зовнішньоекономічних операцій області свідчить про переважно сировинний характер експорту товарів та імпорту продукції із доданою вартістю. Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі АПК Львівської області (+169,2 млн. дол. США) формується за рахунок експорту зернових культур, цукру, овочевих консервів, жирів та олії тваринного або рослинного походження [1]. Загалом зернові культури та різні жири забезпечують основні

валютні надходження, а переважну більшість найменувань продукції область імпортує, незважаючи на сприятливий ресурсний потенціал для її виробництва. Це особливо стосується м'ясо-молочної сировини та продукції її переробки. Недостатньо використовується потенціал борошномельних підприємств області, а також харчової індустрії, спиртової промисловості тощо.

На наш погляд, структура зовнішньої торгівлі підприємств АПК області носить ситуативний і нескоординований характер, спричинений неефективною політикою регіональних органів управління. Відсутність чітких орієнтирів регіональної політики щодо зовнішньої торгівлі дезорганізує виробників товарів та спричинює здійснення зовнішньоекономічних операцій, які загалом не відповідають державним інтересам, але дають можливість одержати валютний прибуток для підприємства.

У системі зовнішньої торгівлі координуюча роль регіональних органів влади повинна полягати у визначенні потреб області, які можна задовольнити за рахунок імпорту товарів і послуг, а також визначити структуру пропозиції експортного потенціалу. Причому для підприємств області важливо не лише забезпечити імпорт товарних позицій та послуг, а й залучити інвестиції та одержати відповідний досвід ефективного ведення господарства. Серед пріоритетних напрямків міжнародної підтримки агропромислового комплексу Львівської області ми вбачаємо наступне:

1) Реалізація програм обміну досвідом між українськими виробниками і представниками держав та міжнародних корпоративних структур, що мають багатий досвід ринкових перетворень, у наступних напрямках:

✓ формування інституційного середовища, зокрема, адаптація правових норм у відповідності до вимог ВТО та ЄС шляхом ініціювання змін до національного законодавства;

✓ підвищення рівня управлінського і кадрового потенціалу підприємств галузі сільського господарства та переробної сфери шляхом фахового консультування, навчання, стажування спеціалістів за кордоном, проведення

циклів тренінгів, курсів, семінарів та вебінарів;

✓ реалізація перспективних міжнародних бізнес-проектів, зокрема, формування міжнародних інноваційних проектів, наукових та виробничих кластерів;

✓ інтеграція наукових та науково-дослідних установ із виробничою сферою, формування замовлень на підготовку спеціалістів під потреби конкретних підприємств, розвиток спільних міжнародних наукових проектів як в галузі агропромислового виробництва, так й екології сільської місцевості;

✓ підтримка діяльності дорадчих служб щодо формування та розвитку кооперативного руху.

2) Реалізація міжнародних інвестиційних проектів для реорганізації українських аграрних підприємств, інвестування в створення (оновлення) основних засобів, використання та розвиток новітніх виробничих та “зелених” технологій [2] та формування логістичної мережі [3, 4], зокрема:

✓ техніко-технологічне забезпечення використання альтернативних джерел енергії;

✓ прокладання та ремонт автошляхів як у сільській місцевості, так і у напрямках транспортування сировини і готової продукції до споживача, формування мережі складів аграрної продукції та транспортних хабів;

✓ вдосконалення митної інфраструктури Львівської області з метою підвищення пропускної здатності митних терміналів та швидкості митного обслуговування зовнішньоекономічних терміналів [1];

3) Здійснення комплексу допоміжних заходів щодо формування вертикально-інтегрованих аграрних комплексів з метою створення замкнутого ланцюжка “виробництва-переробки та реалізації продукції” задля зменшення частки трансакційних витрат у собівартості реалізованої продукції та справедливого розподілу валової доданої вартості, таких як:

✓ виробництво малопоширених, проте перспективних та інвестиційно-привабливих галузей та культур, зокрема, розвиток садівництва, плодоягідного

виробництва, овочівництва, вирощування енергетичної верби, мискантусу та виробництво круп;

✓ створення умов для тривалого та якісного зберігання сільськогосподарської продукції з високими якісно-кількісними характеристиками збереженості, в першу чергу молочної та плодово-овочевої продукції. В комплекс цих заходів входить:

- а) забезпечення ферм сучасними доїльними установками;
 - б) надання технічних засобів для забезпечення збору, пастеризації та транспортування молока;
 - в) впровадження сучасних технологій зберігання отриманої продукції;
 - г) формування резервного та дотаційного фонду для дрібних виробників молока та їх кооперативних об'єднань;
 - д) будівництво сучасних теплиць;
 - е) будівництво овоче-, картопле- та зерносховищ;
- 4) створення та модернізація потужностей для формування запасів, переробки отриманої сировини та пакування продукції, будівництво реалізаційних мереж та впровадження маркетингових стратегій для просування продукції на ринку аграрної продукції:
- а) техніко-технологічне оновлення м'ясо- і молокопереробних підприємств, реконструкцію тваринницьких комплексів, збільшення посівних площ, закладки садів;
 - б) створення підприємств із переробки біомаси на органічні добрива та альтернативні види палива;
 - в) формування торгових мереж для реалізації готової продукції [1].

Головною метою політики держави у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємств сфери АПК Львівської області є формування оптимального балансу зовнішньоторговельних операцій за рахунок нарощування обсягів експорту високотехнологічної продукції, науково-технічних розробок, робіт і послуг та активного пошуку нових ринків збуту,

нарощування обсягів конкурентоспроможної експорто-орієнтованої продукції, вивчення та застосування світового досвіду для підвищення конкурентоспроможності економіки регіону.

Таким чином, серед пріоритетних напрямків міжнародної підтримки агропромислового комплексу Львівської області вбачаємо реалізацію програм обміну досвідом щодо формування інституційного середовища, підвищення рівня управлінського та кадрового потенціалу галузевих підприємств, реалізації міжнародних інноваційних проєктів і спільних наукових досліджень. Крім організаційної підтримки область потребує реальних інвестицій у перспективні галузі АПК, їх інфраструктурне забезпечення та створення вертикально-інтегрованих систем комплексного виробництва і реалізації готової продукції.

Список використаних джерел:

1. Колодійчук В. А. Пріоритети зовнішньоекономічної діяльності підприємств агропромислового комплексу Львівської області. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. № 3 (23). 2020. С. 143-152.
2. Kravtsiv V., Kolodiichuk V., Kolodiichuk I. Greening of transport and logistics systems of regional agricultural markets. *Economic Annals-XXI: Journal*. 2018. №171(5-6). Р. 38-43.
3. Перебийніс В. І., Перебийніс О. В. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування: [монографія] В. І. Перебийніс. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2005. 207 с.
4. Колодійчук В.А., Колодійчук І.А., Погорецький М.О. Инфраструктурное обеспечение логистики экспорта украинского зерна. *Новый университет*. 2013. № 11 (33). С. 4–8.

І. А. Колодійчук, д.е.н., старший науковий співробітник
відділу регіональної екологічної політики та природокористування
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долішнього НАН України»
(м. Львів, Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕЦИКЛІНГУ

Анотація: Визначено цінність відходів через їхню рециклінгову ефективність, як технологічну придатність відходів для перетворення на сировинний ресурс з метою повторного використання. Вказано, що підвищення економічної ефективності рециклінгу передбачає здійснення низки заходів: організаційно-економічних, техніко-технологічних, соціально-економічних.

Ключові слова: рециклінг, система управління відходами, рециклінгова ефективність відходів, майбутні ефекти, технології, утилізація.

Значні обсяги накопичених та утворених відходів в Україні визначають регіональний економічний потенціал, що може бути задіяний для впровадження рециклінгових технологій. Найпоширенішими способами у поводженні з відходами є спалювання, механіко-біологічне перероблення і пасивне зберігання їхніх інертних залишків у спеціально відведених місцях. Згідно з європейськими нормами усі ці технології тією чи іншою мірою несуть екологічні ризики та не належать до повноцінного рециклінгу.

Базовим критерієм використання рециклінгових технологій є їхня ефективність, що розраховується як співвідношення одержаного ефекту і здійснених витрат на його досягнення, а по суті – визначає дієвість вкладених витрат з погляду отриманих результатів [1]. Як ефект можна прийняти вартість одержаної продукції рециклінгу, або грошовий еквівалент економії витрат від використання сировини із вторинних ресурсів порівняно з традиційно отриманою сировиною, а як витрати – елементи собівартості системи рециклінгу. Структура собівартості рециклінгу: логістичні витрати на перевезення і зберігання відходів, витрати на безпосереднє їхнє перероблення та подальше постачання одержаної продукції для споживачів.

Поряд з економічною ефективністю оцінювати рециклінг потрібно і з позицій екологічної та соціальної ефективності. Екологічні ефекти виражені у

покращанні умов життєдіяльності людей через зниження антропогенного впливу на довкілля, а соціальні – на рівень зайнятості населення. Крім того, регламентація й контроль за дотриманням екологічних вимог і реалізація соціальних програм є складовими державної політики.

Технології рециклінгу постійно удосконалюються і їхнє використання повинно бути економічно ефективним для утилізаційних підприємств та відповідати існуючим соціально-екологічним вимогам. Підвищення економічної ефективності рециклінгу в умовах існуючих обмежень передбачає здійснення комплексу організаційно-економічних, техніко-технологічних і соціально-економічних заходів, спрямованих на зростання ефекту рециклінгу та відповідне зниження витрат.

Організаційно-економічні заходи передбачають удосконалення системи управління постачанням відходів на рециклінг, безпосереднім технологічним процесом рециклінгу та розподілом сировинних ресурсів споживачам. До цих заходів також відносимо оптимізацію логістичних витрат на всіх етапах переміщення та видозміни матеріального потоку.

Концепція рециклінгу відходів повинна закладатися ще на стадії проєктування товару, який, пройшовши життєвий цикл, повинен бути ефективно утилізований. Конструктивна легкість вилучення однорідних за складом і структурою матеріалів є основою сучасного автомобілебудування, виробництва багатьох споживчих товарів, електроніки тощо.

Наприклад, після закінчення терміну експлуатації автомобіля (максимум 15–20 років), його розбирають на складові: кузов, автошини, пластмасові деталі, скло, акумуляторна батарея, мастила й технічні рідини, двигун, елементи різноманітних систем і приводів автомобіля. Крім того, окремі частини автомобіля (акумулятори, автошини) мають значно менший термін експлуатації і протягом життєвого циклу автомобіля неодноразово підлягають заміні та утилізації. Тому трудовитрати й час на розбирання автомобіля є важливими складовими економічної ефективності авторециклінгу, а існуючі програми

утилізації транспортних засобів (наприклад «*Umweltprämie*» в Німеччині), що містять грошову компенсацію автовласникам, стимулюють формування належних обсягів для рециклінгу і задіяння позитивного ефекту масштабу.

Техніко-технологічні заходи підвищення економічної ефективності рециклінгу передбачають використання інноваційних технологій та сучасного обладнання, номінальне завантаження переробних потужностей, а також забезпечення кількісної та якісної гнучкості технологічних ліній з огляду на зміну структури чи кількості відходів, що надходять на перероблення [2].

До соціально-економічних заходів ефективного рециклінгу відносимо створення безпечних умов праці робітників, забезпечення їхньої належної фахової підготовки через підвищення професійної майстерності, стажування, конкурсного відбору, а також фінансового стимулювання підвищення продуктивності праці.

Отже, стратегічним орієнтиром для України щодо управління відходами є використання регіонального економічного потенціалу накопичених та утворених відходів для впровадження рециклінгових технологій, і потужним сировинним джерелом для цього є наявні місця видалення відходів. Підвищення економічної ефективності рециклінгу в умовах існуючих обмежень передбачає здійснення комплексу організаційно-економічних, техніко-технологічних і соціально-економічних заходів, спрямованих на підвищення ефекту рециклінгу та відповідне зниження витрат.

Список використаних джерел:

1. Колодійчук І. А. Формування територіально збалансованих систем управління відходами: регіональний вимір : монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2020. 524 с.

2. Kolodiichuk I., Kolodiichuk V. Formalization of the waste management task in Ukraine for ensuring the environmental stability of Eastern Europe. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*. 2020. № 1, Vol. 7. P. 51–60.

УДК: 330.3

О. Крупа, к.е.н., доцент
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Львівський національний аграрний університет,
(м. Львів, Україна)

РОЗВИТОК АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ COVID -19

Анотація: Розглянуто вплив глобальної пандемії вірусу Covid-19 на розвиток аграрного підприємництва в Україні. Обґрунтовано взаємозв'язок тенденціями розвитку окремих галузей сільського господарства, масштабів експорту та імпорту аграрної продукції зі змінами споживчих настроїв та кон'юнктури світових ринків продовольства в умовах пандемії.

Ключові слова: аграрне підприємництво, пандемія Covid-19, агропродовольчий ринок, коронакриза, експорт та імпорт продовольства.

Вагомою детермінантою розвитку аграрного підприємництва сьогодні і найближчого майбутнього є світова пандемія вірусу Covid-19. Впровадження національного локдауну навесні 2020 р. та наступні каратинні обмеження мали вкрай негативний вплив на рівень ділової активності в окремих секторах економіки. Особливо відчутно криза позначилася на розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Також певний час повноцінно не функціонували роздрібні продовольчі ринки. Скорочення потоку туристів, клієнтів сфери HoReCa, а також відвідувачів ринків зумовили значне зменшення попиту на продовольчі товари зі сторони закупівельників.

У цій ситуації найбільше постраждали фермери та інші представники малого аграрного бізнесу, які виробляють продукцію із нетривалим терміном зберігання (ранні овочі, плоди, ягоди, м'ясо-молочна продукція). Адже продовольчі ринки та заклади громадського харчування є основними організованими каналами збуту для цієї категорії виробників. Лише окремі фермерські господарства мають змогу реалізувати свою продукцію через супермаркети, забезпечивши виконання їхніх вимог щодо обсягу та повторюваності якості товарних партій. Зазвичай ритейлерські мережі співпрацюють з великими виробниками та імпортерами.

Сьогодні ситуація на агропродовольчому ринку стабілізувалася, однак нова хвиля захворювань та черговий локдаун знову ставлять на порядок денний

питання стратегії розвитку аграрного підприємництва в умовах пандемії.

Безумовно, попри певні негативні тенденції, сільське господарство загалом знаходиться у більш вигіршній позиції порівняно з іншими галузями економіки. Однак, в умовах кризи істотно змінюється структура попиту на різні групи продовольчих товарів і ці зміни по різному впливають на перспективи окремих видів агропромислового виробництва. Аналіз споживчих трендів засвідчив, що в умовах розвитку пандемії має місце падіння попиту на дорогі необов'язкові продукти, які можна легко замінити дешевшими і навпаки, його ріст на базові товари. Зокрема, зростає попит на продовольчі зернові культури та продукти їх переробки. Загалом позитивною є динаміка попиту й на ринку олійних культур. Щоправда, коронакриза та падіння світових цін на нафту у 2020 р. негативно відобразилися на галузях сільського господарства, які є джерелом сировини для виробництва біоетанолу (кукурудза), а також біодизелю (ріпак). Для прикладу скорочення Україною обсягів експорту насіння і плодів олійних культур, зокрема ріпаку за підсумками минулого року склало 28,1%. Крім того, падіння попиту на м'ясо зменшило використання кукурудзи у кормових цілях. Тому значну частину урожаю цієї культури, яка для України є ключовою експортною позицією, аграрії залишили на полях. Загалом зменшення вартості експорту мало місце по 14 із 24 груп продуктів за класифікацією УКТЗЕД.

За оцінками експертів, в умовах коронакризи найкраще себе почувають агрохолдинги, які мають державний протекціонізм та надлишкову фінансову спроможність. Натомість найбільших втрат зазнають малі та середні фермерські господарства [1]. Це призвело до зменшення кількості суб'єктів господарювання (особливо у плодоовочевому сегменті), втрати ними свого економічного потенціалу та ринкових позицій, скорочення масштабів виробництва і посилення монопольних тенденцій у галузі.

Питання «виживання» малого аграрного бізнесу, на наш погляд, може прискорити процеси міжгосподарської кооперації та агропромислової інтеграції. Як засвідчує досвід розвинутих країн, завдяки кооперації фермерські господарства можуть успішно вирішити низку проблем пов'язаних із зберіганням, переробкою і збутом своєї продукції, легалізувати її обіг,

зміцнювати свої позиції на внутрішньому ринку і виходити на експорт. У більшості країн з розвинутим кооперативним законодавством, частка фермерських господарств на ринку м'ясомолочної та плодоовочевої продукції складає 50–80% [2].

Одним із позитивних чинників розвитку аграрного підприємництва, пов'язаних з коронавірусом, фахівці вважають повернення в Україну заробітчани, які можуть компенсувати традиційний кадровий дефіцит фермерських господарств. Водночас, у довгостроковій перспективі, внаслідок коронакризи аграрний бізнес втратить багато робочих місць через тенденції максимальної механізації та автоматизації процесів [1].

Карантинні обмеження змусили фермерські господарства шукати нові канали та методи збуту. Це сприяло активному розвитку е-маркетингу та онлайн-торгівлі сільськогосподарською продукцією, налагодженню прямих зв'язків між виробниками та споживачами, поліпшення комунікації між ними та якості сервісу. Збільшилася кількість торгових онлайн-платформ для фермерів (на зразок “Відкритий ринок”), розширилися реклама та продаж через соціальні мережі. Високий рівень конкуренції сприяє активному впровадженню фермерськими господарствами інновацій.

Загалом, навіть в умовах труднощів, зумовлених світовою пандемією, Україна зберігає значний потенціал розвитку аграрного підприємництва. Це пов'язано із її вагомою роллю у формуванні продовольчого балансу країн Європейського Союзу, Африки, Азії. Підтвердженням даної тези є той факт, що у 2020 р., навіть в умовах «закритості країн», експорт сільськогосподарської та продовольчої продукції з України зберігся на рівні 2019 р. (рис 1).

Щоправда, викликає певне занепокоєння стійкість темпів приросту імпорту даної групи продуктів, які в основному надходять у великі торгові мережі. Загалом, зростання імпорту у 2020 р. порівняно з попереднім роком відбулося по 20 із 24 груп аграрних продуктів. Це свідчить про те, що внутрішній ринок не став для вітчизняних виробників альтернативним каналом збуту продукції в умовах обмежень доступу на зарубіжні ринки. Наслідком цього якраз і стало скорочення виробництва в окремих сегментах та припинення діяльності

багатьма суб'єктами підприємництва.

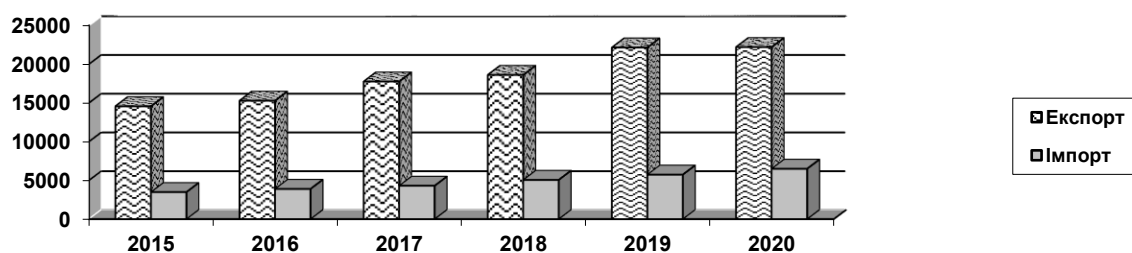


Рис. 1. Динаміка експорту та імпорту сільськогосподарської та продовольчої продукції України, млн. дол. США [3]

Однак, незважаючи, на описані негативні тенденції, все ж існують передумови для активізації діяльності підприємств агробізнесу (в т. ч. зовнішньоекономічної) вже найближчим часом. Головні із них – це зростання в умовах пандемії ролі продовольчої безпеки по базових продуктах, де Україна має значний потенціал; ріст світових цін на нафту у 2021 р., внаслідок якого вже відновився попит на сировину для біопалива, а також екологічна чистота вітчизняної сировини та зростаюча конкурентоспроможність харчових продуктів.

Тому в умовах нової хвилі пандемії вірусу Covid-19 важливо зберегти диверсифіковане аграрне виробництво та підтримати малий бізнес у існуючих продовольчих сегментах. Запорукою цього є прийняття дієвого кооперативного законодавства, зниження ставки ПДВ на окремі види аграрної продукції, державна фінансова підтримка інноваційного розвитку суб'єктів малого підприємництва та виробництва безпечних і екологічно чистих продуктів харчування.

Список використаних джерел:

1. Вплив Covid-19 та карантинних обмежень на економіку. Кабінетне дослідження URL: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904>.

2. Ярмак А. Нагодувати всіх і самим з голоду не вмерти. *Дзеркало тижня*. URL: https://zn.ua/ukr/ariculture/nagoduvati-vsih-i-samim-z-golodu-ne-vmerti-345547_.html

3. Офіційний сайт державної служби статистики України: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 339.13:[635.07:634.1.075](574)

Р.Р. Мухаметзянов., к.э.н., доцент
кафедры мировой экономики и маркетинга

Г.К. Джанчарова., к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой политической экономии

М.Н. Бесшапошный., к.э.н., доцент
кафедры политической экономии
РГАУ МСХА имени К.А. Тимирязева

НАСЫЩЕНИЕ РЫНКА ПЛОДОВО-ЯГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация: Национальный рынок плодово-ягодной продукции Казахстана насыщается как за счет собственного производства, так и импортных поставок, однако последний источник превалирует. При этом, в некоторых регионах страны имеются вполне благоприятные условия для выращивания ряда свежих фруктов, ягод и орехов, и республика имеет существенный потенциал для увеличения объемов их производства, в том числе с точки зрения развития экспортного потенциала. В 2011-2019 гг. наблюдается рост валовых сборов плодово-ягодной продукции с 235,0 тыс. т до 395,2 тыс. т, а ввоз из других государств вырос с 711,7 тыс. т до 821,9 тыс. т. Таким образом, в Республике Казахстан растет доля собственных ресурсов в балансе ресурсов и использования фруктов, ягод и орехов.

Ключевые слова: Республика Казахстан, плодово-ягодная продукция, насыщение рынка, производство, потребление.

В 2020 г. Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН (ФАО) было официально объявлено, что 2021-й год будет Международным годом фруктов и овощей. Это событие подчеркивает актуальность заявленной нами темы исследования. Мы в полной мере согласны с точкой зрения, что «обеспеченность населения плодоовощной продукцией в соответствии с медицинскими нормами рационального и оптимального питания во многом определяет здоровье и долголетие конкретного человека и процветание нации в целом» [1, с. 27]. Учитывая важнейшее значение фруктов и ягод в продовольственном балансе, мы посчитали необходимым исследовать и отразить современное состояние формирования ресурсов плодово-ягодной продукции, их расходования в Казахстане, а также определить направления развития соответствующих показателей.

Рынок плодово-ягодной продукции «любого уровня (федеральный, региональный, местный и т.д.), наполняется за счет двух источников – за счет собственного производства и за счет ввоза (или импорта – в случае рассмотрения рынка на уровне государства)» [2, с. 43].

На основании данных статистического бюллетеня «Баланс ресурсов и использования основных продуктов сельского хозяйства Республики Казахстан» отразим изменение баланса ресурсов и использования фруктов, винограда и продуктов их переработки (табл. 1). Как видно, в этом государстве действующий стандарт анализируемой формы отчетности немного отличается от российского как по содержанию, так и по названию. В частности, представлены такие позиции, как «прочее промышленное использование», «возможное потребление на душу населения, кг/год». Часть наименования таблицы приводится дословно с оригинала («фруктов, винограда и продуктов их переработки»).

Таблица 1

Баланс ресурсов и использования фруктов, винограда и продуктов их переработки в Республике Казахстан в 2011-2019 гг., тыс. тонн

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
I. РЕСУРСЫ									
Запасы на начало года	120,0	173,6	147,7	223,0	341,6	371,4	466,3	392,9	353,2
Производство	235,0	278,3	282,7	303,4	280,3	335,8	336,0	392,1	395,2
Импорт	711,7	849,4	974,6	1046,3	1089,0	1087,9	1004,9	865,4	821,9
Итого ресурсов	1066,7	1301,3	1405,0	1572,7	1710,9	1795,1	1807,2	1650,4	1570,4
II. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ									
Прочее промышленное использование	32,4	30,2	40,7	43,6	47,7	59,9	66,2	94,5	83,6
Производственное потребление	23,5	28,6	30,9	47,2	51,3	61,0	61,4	49,5	47,1
Потери	21,3	26,0	28,1	31,5	34,2	53,9	54,2	39,6	37,7
Экспорт	35,2	58,7	54,9	64,7	83,8	68,6	75,2	102,0	96,3
Возможное личное потребление населением	780,7	1010,1	1027,3	1044,3	1122,4	1149,8	1157,3	1011,6	952,3
возможное потребление на душу населения, кг/год	47,2	60,2	60,3	60,4	64,0	64,6	64,2	60,5	62,5
Запасы на конец года	173,6	147,7	223,0	341,6	371,4	401,9	392,9	353,2	353,3
Разница между импортом и экспортом	676,5	790,7	919,7	981,6	1005,2	1019,3	929,7	763,4	725,6
Экспорт в % к импорту	4,95	6,91	5,63	6,18	7,70	6,31	7,48	11,79	11,72

Источник: составлено и рассчитано на основе данных Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан - Бюро национальной статистики

В связи с существенным падением в Казахстане в 90-е годы прошлого столетия доходов населения, многие были вынуждены наращивать производство фруктов и ягод в личных подсобных хозяйствах, тогда как сельскохозяйственные предприятия, которые специализировались на их выращивании, испытывали проблемы со сбытом продукции, а также без государственной поддержки отрасли большая часть из них обанкротилась.

Это привело к тому, что «современное производство плодово-ягодной продукции в нашей стране характеризуется тем, что за последние тридцать лет «произошло сокращение доли крупнотоварных сельскохозяйственных организаций и роль личного сектора в ее полученном объеме как в абсолютном, так и относительном выражении» [3, с. 1458].

Однако, в начале XXIII века в Казахстане «ситуация на рынке потребления продуктов питания имеет тенденцию к улучшению показателей, в том числе наблюдается рост потребления и увеличения обеспеченности внутренними продуктами и долей переработанной продукции» [4, с. 68-69]. Судя по изменениям балансе ресурсов и использования фруктов, винограда и продуктов их переработки это справедливо и в отношении плодово-ягодной продукции.

Валовой сбор плодов соответствующих культур «в Казахстане в 2019 г. составил 571,8 тыс. т, что на 89,5 % больше чем в 2011 г. (301,7 тыс. т), хотя максимальные объемы наблюдались в 2018 г. – 985,3 тыс. т. Импорт вырос с 349,7 тыс. т в 2011 г. до 861,8 тыс. т в 2019 г., при этом наибольшие параметры этого показателя были в 2015 г. и 2016 г. – 1649,8 тыс. т и 1389,7 тыс. т. В целом, ресурсы по исследуемой группе продукции в этой стране выросли в течение исследуемого периода на 84,9 %» [5, с. 62].

Что касается расходования в этом государстве имеющихся ресурсов фруктов и ягод, то прочее промышленное использование выросло на 158,0 % (с 32,4 тыс. т в 2011 г. до 83,6 тыс. т в 2019 г.), производственное потребление в 2 раза (с 23,5 тыс. т до 47,1 тыс. т), экспорт увеличился в 2,74 раза (с 35,2 тыс. т до 96,3 тыс. т), а возможное личное потребление повысилось на 22,0 % (с 780,7 тыс.

т до 952,3 тыс. т). Эти тенденции, на наш взгляд, отражают только позитивные изменения по сравнению с результатами, достигнутыми в 2011 г. Также, в Казахстане за исследуемый период вырос показатель «Экспорт в % к импорту». Если в 2011 г. он был равен 4,95 %, то в 2019 г. составлял 11,72 %. Из негативных моментов отметим рост потерь на 77,0 % (с 21,3 тыс. т до 37,7 тыс. т),

В этой стране на 1 января 2021 г. количество жителей составляло 18,887 млн. человек, что с учетом рекомендуемых 100 кг в расчете на душу населения равняется 1,889 млн. т, тогда как, согласно вышеприведенным статистическим данным, в 2019 г в Республике Казахстан потребление фруктов и ягод было на уровне 952,3 тыс. т, что значительно уступает нормам оптимального питания. Тем не менее, ситуация относительно 2011 г. значительно улучшилась. В некоторых регионах этого государства имеются вполне благоприятные условия для выращивания ряда свежих фруктов, ягод и орехов, и плодово-ягодный подкомплекс страны имеет существенный потенциал для увеличения объемов их производства, в том числе с точки зрения развития экспортного потенциала.

Список использованных источников:

1. Удалова, З.В. Мировое производство и рынок плодоовощной продукции. Вестник российской таможенной академии. 2015. № 1. С.27-36.
2. Агирбов, Ю.И. Рынок картофеля и плодоовощной продукции. Учебное пособие. М.: Издательство МСХА. 2001. 82 с.
3. Бритик, Э.В. Мировое производство и международная торговля плодово-ягодной продукцией. *Научное обозрение: теория и практика*. 2020. Т. 10. Вып. 8 С. 1445-1462.
4. Джанчарова, Г.К. Современное состояние отрасли растениеводства России и Казахстана. *Научно-теоретический и производственный журнал «Аграрная наука» AGRIS*. 2018. № 7-8. С. 68-70.
5. Мухаметзянов, Р.Р. Ресурсы и использование плодово-ягодной продукции в основных странах ЕАЭС. *Экономика сельского хозяйства России*. 2021. № 3. С. 55-64.

УДК 338.24

С. Нестеренко, д.е.н, професор
завідувачка кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
О. Бахіркiна, здобувач вищої освіти СВО магістр,
ОПП Менеджмент
(м. Мелітополь, Україна)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація: нами досліджено сутність поняття «організаційний механізм управління підприємством», його завдання та функції. Наси чітко узагальнено та послідовно організаційний механізм відображено в структурі управління.

Ключові слова: механізм, менеджмент, організаційний механізм, завдання та функції управління.

На сьогоднішній день не існує чіткого визначення поняття «організаційний механізм управління діяльністю підприємства», тому метою даної статті є дослідження поняття «організаційний механізм управління діяльністю підприємства» та визначення його основних елементів.

Поняття «механізм» є багатоаспектним і широко використовується у різних сферах життєдіяльності. Короткий економічний словник описує поняття «механізм» як це послідовність станів процесів, які визначають собою які-небудь дії, явища; система, пристрій, який визначає порядок якого-небудь виду діяльності. Поступово переходячи до розгляду поняття «організаційний механізм» варто було б розглянути, що являє собою механізм управління.

Деякі вчені пропонують розглядати організаційний механізм управління підприємством з точки зору здійснюваної діяльності, а саме:

- організаційний механізм конкурентоспроможності підприємства;
- організаційний механізм бюджетування;
- організаційний механізм фінансової діяльності підприємства та ін.

Н. Р. Нижник трактує механізм управління наступним чином – це категорія управління, що включає цілі управління, елементи об'єкта та її зв'язки, на які здійснюється вплив, дії в інтересах досягнення цілей, методи впливу, матеріальні та

фінансові ресурси управління соціальним та організаційним потенціалами [3, с.37].

Беручи до уваги все вище сказане ми пропонуємо наступне трактування поняття «організаційний механізм» - це перелік певних складових елементів, які в сукупності створюють організаційну основу певних процесів та явищ.

Як вже зазначалося вище, на сьогоднішній день не існує чіткого визначення поняття «організаційний механізм управління діяльністю підприємства». Одні автори трактують його, як сукупність процесів, що відбуваються в організації, другі – як етапи життєвого циклу організації, треті – як основні правила, норми, що діють у межах організації. Також організаційний механізм можна розглядати з точки зору здійснюваної діяльності, (організаційний механізм конкурентоспроможності підприємства, організаційний механізм бюджетування, організаційний механізм фінансової діяльності підприємства тощ).

Узагальнивши вище сказане трактування поняття «організаційний механізм» набуває наступного вигляду.

Організаційний механізм – це сукупність усіх правил і норм, які циркулюють всередині організації, а також усі господарські процеси, які здійснює організація для досягнення основної мети діяльності.

Найбільш чітко, узагальнено та послідовно організаційний механізм відображено в структурі управління, тому що в структурі управління поєднуються всі сторони діяльності підприємства, встановлюються взаємовідносини між структурними підрозділами та працівниками апарату управління.

За допомогою організаційної структури можна вивчити та оцінити розподіл функцій та повноважень, фінансову звітність, кадрову політику, а також особливість господарської діяльності, яку здійснює підприємство.

Звідси витікає наступне визначення поняття «організаційний механізм» - це всі організаційні та розпорядчі дії, які є взаємозалежними і в сукупності забезпечують виконання досягнення поставлених цілей. Будь-яка організація є

системою, тому з точки зору системного підходу організаційний механізм – це система усіх методів, прийомів та способів формування та регулювання відносин між об'єктами системи та внутрішнім і зовнішнім середовищами.

Узагальнивши все вище сказане можна виділити основні елементи організаційного механізму управління підприємством. Мета управління є рушійним елементом структури управління; це те, заради чого функціонує підприємство. Функції управління – це загальні напрями або сфери діяльності, що в сукупності забезпечують ефективну взаємодію здійснюваної праці. Завдання управління – це конкретизація у просторі і часі зміст мети управління для окремих структурних підрозділів виконавців відповідно до їх функціонального призначення. Кожне підприємство розробляє власні завдання управління залежно від специфіки діяльності.

Організаційний механізм можна визначити як систему усіх правил і норм, які циркулюють всередині підприємства, сукупність способів поєднання і забезпечення взаємозв'язаної діяльності функціональних підрозділів підприємства з метою ефективного використання можливостей підприємства на всіх етапах своєї діяльності.

Життєздатність сучасної організації забезпечується обмінними процесами з із середовищем, які ускладнюються з розвитком техніко-технологічних засобів виробництва, посиленням в них ролі людини, вимагають зміни концепції менеджменту, орієнтації його на комплексне управління економічними і соціальними процесами.

Правила та норми встановлюються правилами трудового розпорядку, посадовими інструкціями, положеннями про підрозділи. Отже, в умовах ринкової економіки одним з актуальних питань для керівників підприємств є формування такого організаційного механізму управління підприємством, що спроможний забезпечити ефективність управління і конкурентоспроможність підприємства.

Будь-яка організація є системою, тому з точки зору системного підходу

організаційний механізм – це система усіх методів, прийомів та способів формування та регулювання відносин між об'єктами системи та внутрішнім і зовнішнім середовищами.

В основі організаційного механізму лежать такі процеси, як формування органів управління організацією, розподіл компетенції між ними, формування системи внутрішнього і зовнішнього документообігу, формування та закріплення регламентів взаємодії між керуючою і керованою підсистемами.

Основним призначенням організаційного механізму в складі комплексного механізму управління є формування та посилення організаційного потенціалу підприємства як складової ресурсів управління, що забезпечують вплив на фактори виробництва

На основі наведеного матеріалу можна зробити висновок про те, що організаційний механізм управління діяльністю підприємства – це сукупність організаційних складових у механізмі управління (мета та завдання управління, функції та технології управління, методи управління, норми та правила, організаційні процеси), що мають організаційне регулювання, управління в інтересах підприємства, ефективну діяльність управлінської системи.

Список використаних джерел:

1. Габор, В. С. Формування механізму ефективного господарювання сільськогосподарських підприємств. *Інноваційна економіка*. 2012. № 3. С. 101-104.
2. Ілляшенко, С. М. Біловодська, О. А. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: *монографія*. Суми: Університетська книга, 2010. 281 с.
3. Малицький, А. А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність і структура. URL:<http://intkonf.org/malitskiyaa-organizatsiyno-ekonomichniy-mehanizm-upravlinnya-pidpriemstvom-sutnist-ta-struktura/>
4. Нижник, Н.Р. Машков, О.А. Системний підхід в організації державного управління: *навч. посібник* / за ред. Н.Р. Нижник. К.: УАДУ, 1998. 160с.
5. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. К.: Академвидав, 2003. 608с. (Альма-матер).

УДК: 658.3:331.1

Світлана Писаренко, к.с.-г.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва і права
Олена Михайлова, к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва і права
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава Україна)

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: Організація - це діяльність, яка спрямована на формування структури управління організацією, встановлення у ній системи зв'язків та відносин, що призводять до ефективної праці, та дають можливість досягти поставлених цілей. Організацію розглядають, як певну цілісність, систему, що складається із взаємопов'язаних елементів. Тобто організація як система може бути утворена лише за можливості формування і об'єднання її складових, побудови її структури, яка забезпечить стійкість, стабільність системи, дасть їй змогу реалізувати властивості, необхідні для бажаного функціонування.

Ключові слова: організація, управління, структура, підприємство, організаційний процес.

Організація виробництва й оптимальне управління ним є найважливішими чинниками прискорення науково-технічного прогресу. Вони забезпечують найбільш повне й ефективне використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів підприємства, зниження собівартості та підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці й ефективності виробництва, істотне скорочення тривалості циклу «дослідження – проектування – виробництво – реалізація» та підвищення темпів відновлення продукції і технічного розвитку виробництва.

Характеризуючи організаційну побудову підприємства, слід враховувати, що вона повинна базуватися на таких принципах, як можливість гнучкого реагування на зміни ринку, забезпечення оптимального рівня децентралізації управлінських рішень. Принципи, що реалізуються в умовах організаційної відокремленості підприємства, повинні відобразитися в затверженому положенні про організаційну структуру [1].

Сучасна теорія управління має виходити з того, що криза та економічний

розвиток – це взаємопов'язані процеси, тому державі й бізнесу необхідна така система управління, яка повинна функціонувати систематично і неперервно. Управління в умовах кризи має більшою мірою працювати як попереджувальна система, для якої необхідно готувати відповідних фахівців, що практикується в більшості країн [3, с. 79].

Основні складові організаційного процесу (організаційної діяльності):

а) поділ праці – поділ загальної роботи на окремі складові частини, достатні для виконання окремим працівником відповідно до його кваліфікації та здібностей;

б) департаменталізація – групування робіт та видів діяльності у певні блоки (підрозділи: групи, відділи, сектори, цехи, виробництва тощо);

в) делегування повноважень – підпорядкування кожного такого підрозділу керівникові, який отримує необхідні повноваження;

г) встановлення діапазону контролю – визначення кількості працівників, безпосередньо підлеглих цьому менеджерів;

д) створення механізмів координації – забезпечення вертикальної та горизонтальної координації робіт та видів діяльності [2].

Як зазначає Іщук С.О. в своїй праці, що різні галузі виробництва та окремі підприємства значно відрізняються один від одного характером створюваної продукції, використовуваних засобів виробництва і застосовуваних технологічних процесів. Ці відмінності породжують виключне різноманіття виробничих процесів на підприємствах, і тим самим впливають на стратегію розвитку організації виробничих процесів. Виробнича і організаційна структура управління виробництвом залежить від специфіки і структури виробничого процесу, технологічного рівня підприємства, виду продукції, рівня спеціалізації і концентрації видів робіт, наявного інфраструктурного потенціалу [4].

В рамках структури управління протікає організаційний процес. Структура управління включає в себе всі цілі, розподілені між різноманітними ланками, зв'язки між якими забезпечують координацію окремих дій по їх виконанню.

Тому її можна розглядати як зворотну сторону характеристики механізму функціонування (як процесу реалізації структурних зв'язків системи управління). Зв'язок структури управління з ключовими поняттями менеджменту - його метою, функціями, процесом, механізмом функціонування, людьми і їх повноваженнями, - свідчить про її величезний вплив на всі сторони управління. Тому менеджери всіх рівнів приділяють величезну увагу принципам і засобам формування структур, вибору типу або комбінації виглядів структур, вивченню тенденцій в їх побудові і оцінці їхньої відповідності меті, що вирішуються і задачами [7, с 107].

Показник відповідності функцій та обов'язків кожного структурного елементу організаційної структури управління його повноваженням та відповідальності допомагає з'ясувати рівень дотримання відповідного принципу до побудови організаційної структури. Між функціями та обов'язками з одного боку, та повноваженнями й відповідальністю – з іншого, необхідно підтримувати відповідність, порушення якої призводить до дисфункції системи управління в цілому. Ознакою доброго балансу відповідальності, прав та компетенції працівника системи управління є мінімум звернень до свого керівництва: він знає, як і що робити, і у нього для цього вистачає прав. Якщо працівнику для виконання своїх обов'язків не вистачає певних повноважень, ці повноваження повинен йому надати його безпосередній начальник. Якщо ж останній такими правами не наділений, то він в дійсності не начальник для підлеглого, а за американською термінологією один з «погоничів», яких потрібно усувати з організаційної структури управління [6, с.92-93].

Раціональна організація виробництва полягає в тому, щоб інтегрувати всю сукупність різнорідних компонентів, що реалізують процес виробництва, у цілісну і високоефективну виробничу систему, всі елементи якої ретельно «підігнані» один під одного за всіма аспектами їх функціонування [5].

Під час формування системи організації виробництва можна виділити окремі функції організаційної діяльності, згрупувавши їх у вигляді відособлених

комплексів – підсистем. В основу виокремлення цих функцій покладений цільовий підхід. Основні цілі організації виробництва включають в себе сукупність елементів, які враховують наступні напрями діяльності:

- Виготовлення і постачання продукції споживачам - задоволення попиту споживачів, постачання продукції відповідно до замовлень і договорів, виконання планів виробництва з номенклатури, асортименту і якості продукції.

- Підвищення якості і забезпечення конкурентоспроможності продукції - розробка нових видів продукції й удосконалення виробів, що випускаються, відповідно до вимог ринку, забезпечення стабільності випуску продукції високої якості, скорочення браку.

- Раціональне використання виробничих ресурсів - підвищення продуктивності праці працівників, поліпшення використання основних фондів і виробничих потужностей, скорочення тривалості виробничого циклу і запасів товарно-матеріальних цінностей, раціоналізація інформаційних потоків.

- Науково-технічний і організаційний розвиток виробництва - удосконалення виробничо-технічної бази підприємств і підвищення рівня організації виробництва.

- Удосконалення економічних відносин на підприємстві - створення умов для забезпечення єдності інтересів суспільства, колективу і його членів.

- Соціальна організація колективу підприємства - створення умов для підвищення якості трудового життя й активізації творчої активності працівників [8].

Отже, організація формування системи виробництва на підприємстві, це процес який потребує постійного вдосконалення і модернізації. Відповідно до базових законів організації – закону розвитку і закону самозбереження, підприємство яке не буде постійно прагнути себе вдосконалити і пристосовуватись до зовнішнього і внутрішнього середовища буде знаходитись в зоні ризику і менш гнучким до швидкості прийняття рішень.

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б. М. Основи організації підприємницької діяльності або

Абетка для підприємця. Тернопіль : Вид. ТНТУ, 2010. 304 с

2. Виноградський М.Д. Організація праці менеджера. К.: Кондор, 2003. 414 с.
3. Гейць В. М., Семиноженко В. П. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України. К. : Фенікс, 2007.
4. Іщук С.О. Виробничий потенціал промислових підприємств (Проблеми формування і розвитку). Львів. 2006. 278 с.
5. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності. К. Академія, 2005. 400 с.
6. Курочкин А. Принципы организационного проектирования предприятий. *Проблемы теории и практики управления*. 1998. №1. С. 91-96.
7. Майталь Ш. Экономика для менеджеров Учебник. пер. с англ. М.: Инфра-М, 1993. 306с.
8. Причепа В., Руда Л. П. Економіка та організація виробництва. Вінниця : ВНТУ, 2017. 186 с.

С.А. Пласконь, к.е.н., доцент,
Р.В. Руська, к.е.н., доцент,
доценти кафедри прикладної математики,
Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль, Україна)

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ

Анотація: у дослідженні розглядається необхідність вдосконалення процесу управління діяльністю підприємств з використанням економіко-математичного моделювання та математичного апарату прийняття рішень в умовах невизначеності та ризику.

Ключові слова: управління, підприємство, економіко-математичне моделювання, невизначеність, ризик

У сучасних умовах глобальної світової економічної кризи особливу увагу потрібно надавати оптимізації процесів функціонування та розвитку економічних формувань. На нашу думку, для цього необхідно використовувати економіко-математичні методи та моделі, зокрема оптимізаційні (лінійні та нелінійні) і економетричні [1, с. 600–650]. Оптимізаційні економіко-математичні моделі використовують цільові функції, що є математичним виразом критеріїв оптимальності функціонування підприємств (максимізація прибутку, рентабельності та мінімізація витрат на виробництво або на надання послуг). Система обмежень моделі повинна відображати та моделювати сукупність економічних умов, при яких відбувається діяльність підприємства чи фірми, зокрема питання забезпечення договірних зобов'язань з іншими суб'єктами економічної діяльності, використання трудових та матеріальних ресурсів. Необхідно зауважити, що нелінійні економіко-математичні моделі більш адекватно відображають реальні економічні процеси. Крім цього, доцільно використовувати стохастичні моделі, які враховують випадкові умови та відповідно можливі проблеми невизначеності або ризику недержання запланованих або прогнозованих результатів [2, с.128–136]. Економетричні або кореляційно-регресійні залежності доцільно використовувати для аналізу

масивів статистичної інформації за попередні періоди діяльності та здійснення прогнозних розрахунків із відповідною оцінкою довірчих інтервалів для досліджуваних економічних показників із наперед заданою необхідною надійністю (точністю) здійснення обчислень. Зауважимо, що для аналізу правильності розрахованих економетричних моделей не достатньо тільки використання критеріїв Стюдента для аналізу достовірності одержаних оцінок коефіцієнтів регресійної залежності та Фішера для оцінки адекватності всієї моделі. Необхідно також проводити аналіз можливих мультиколінеарності та гетероскедастичності для використовуваних факторів-аргументів (як основних чинників впливу на результат економічної діяльності підприємства). Крім цього для часових рядів доцільно аналізувати наявність автоколінеарності та використовувати математичні алгоритми для ліквідації цих явищ, несприятливих для розрахунку адекватної економетричної моделі. Тільки у цьому випадку регресійні залежності можуть використовуватись для одержання точних прогнозів.

Зауважимо, що для прийняття управлінських рішень можна використовувати критерії прийняття рішень в умовах невизначеності та ризику. Критерій Лапласа використовується при умові, коли ймовірності можливих умов реалізації (економічних станів) невідомі, тобто в умовах повної невизначеності. По критерію Лапласа оптимальним рішенням буде таке, що забезпечує максимізацію середнього можливого прибутку (рентабельності) або мінімізацію витрат. При цьому кожний потенційний кінцевий результат функціонування підприємства враховується з ваговим коефіцієнтом $\frac{1}{m}$, де m – загальна кількість можливих результатів. Даний критерій доцільно використовувати в тих випадках, коли різниця між окремими станами системи велика, тобто велика дисперсія значень. Критерій Вальда є найбільш обережним, оскільки він базується на виборі альтернативи з усіх найгірш можливих. У зв'язку з цим критерій Вальда часто називають максимінним (мінімаксімним). Якщо результат

$V(a_i, S_j)$ відображає втрати особи, що приймає рішення, то за критерієм Вальда оптимальним рішенням буде альтернатива, що забезпечує $\min_i \max_j \{V(a_i, S_j)\}$.

Якщо ж $V(a_i, S_j)$ відображає вигреш, відповідно до максиміного критерію, вибирається оптимальне рішення, яке дає $\max_i \min_j \{V(a_i, S_j)\}$. Критерій

Севіджа використовує для аналізу матрицю «співчуття» особі, що приймала рішення у зв'язку із вибором неоптимального рішення $W(a_i, S_j)$. Незалежно від того, є $V(a_i, S_j)$ прибутком або втратами, функція $W(a_i, S_j)$ в обох випадках визначає втрати. Тому до $W(a_i, S_j)$ слід використовувати тільки мінімаксий критерій Вальда або будь-який інший критерій для функції втрат. Критерій Гурвіца встановлює баланс між випадками крайнього оптимізму й крайнього песимізму, порівнюючи обидві альтернативи з допомогою відповідних коефіцієнтів α , та $(1-\alpha)$, де $0 \leq \alpha \leq 1$. Параметр α являє собою показник оптимізму (ступінь впевненості): при $\alpha=1$, критерій дуже оптимістичний; при $\alpha = 0$ – дуже песимістичний. Значення α ($0 \leq \alpha \leq 1$) може визначатися в залежності від характеру особи, яка приймає рішення, тобто, що їй більш характерно: песимізм або оптимізм.

Використання економіко-математичного моделювання економічних процесів є доцільним не тільки на макрорівні, але й на макрорівні при дослідження та аналізі макроекономічних показників країни [3, с.25–32]. Також, на нашу думку, є необхідним залучення як власних, так і зовнішніх інвестиційних ресурсів для їх використання з метою розвитку нових технологічних способів виробництва [4, с.1928–1947]. Наряду з цим, потрібно здійснювати подальші міри щодо боротьби з корупцією, що сприятиме розвитку економіки в Україні [5, с.17–27].

Практичне використання методологічних засад прийняття оптимальних управлінських рішень, економіко-математичного моделювання, конкурентоздатний вихід українських підприємств на світові ринки забезпечать

можливість покращання економічної стабільності економіки України в цілому.

Список використаних джерел:

1. Економіко-математичне моделювання: Навч. пос. / За ред. О.Т.Івашука. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 704 с.
2. Aliluiko A.M., Ruska R.V. Robust stability of linear control system with matrix uncertainty. Вісник Тернопільського національного технічного університету. 2016. Вип. 82 (2), с. 128–136.
3. Пласконь С., Сенів Г., Новосад І., Маслій В. Застосування економетричного моделювання в оцінюванні зовнішньоекономічної діяльності України. Економічний аналіз: Західноукраїнський національний університет. 2020. Вип. 30 (3). с. 25–32.
4. Shevelova S., Plaskon S. Is the Ukrainian economy's absorptive capacity appropriate to attract foreign direct investment and facilitate economic growth? International Journal of Emerging Markets. 2018. Vol. 13 (6), pp. 1928–1947.
5. Malyniak V., Martyniuk O., Kyrylenko O. Corruption and efficiency of public spending in states with various public management types. 2019. Economic Annals-XXI. Vol. 178. Issue 7-8. pp. 17–27.

УДК: 658.5.011

Я.Р. Райсвіх, студентка,
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ПРИНЦИПИ МЕНЕДЖМЕНТУ І ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИКИ В ЕКОНОМІЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: досліджено сутність менеджменту, особливості логістики, виявлено основні причини важливості логістики в управлінні підприємства та її вплив на економіку підприємства.

Ключові слова: менеджмент, логістика, економіка підприємства, функції логістики, управління підприємством.

Актуальність теми полягає в тому, що усі ці сфери діяльності – менеджмент, економіка, логістика – невід’ємна частина суспільства. Розвиток цих областей є показником розвитку сучасних технологій. В даний час логістика володіє великою значимістю для підприємств. Компанії, які користуються її принципами, мають всі переваги доречно організувати промисловий оборот особистого підприємства, здійснювати закупівлю сировини і необхідних матеріалів, відбирати постачальників.

Суть менеджменту у фінансовій концепції в сукупному випадку полягає в узгодженні операцій її підсистем і компонентів і створення подібного їх дії, при якому домагається гранично можлива в наданих обставин ефективність вирішення поставлених перед системою питань.

Менеджмент в економічній системі вповнюється підсистемою управління, яку часто називають просто системою управління. Система управління - це цілісний комплекс порівняно незалежних компонентів, що реалізують закріплені за ними функції управління, наділених потрібної компетенцією, перебувають в офіційно поставлених і неофіційних зв'язках з метою постачання цілей управління [1, с. 9-10].

Менеджмент (від англ. management - управління, організація) - система програмно-цільового управління, перспективного і поточного планування, організації виробництва і реалізації продукції. Він вивчає найбільш раціональну

організацію і управління виробництвом, колективом.

Менеджмент - це комплекс взаємопов'язаних дій:

- організація і управління (виробництвом і колективом);
- постановка і коригування завдань;
- розробка етапів роботи;
- налагодження комунікацій (методів і форм передачі інформації);
- прийняття рішень і т.д.

Головні функції менеджменту - організація і управління виробництвом продукції [2, с. 5-6].

Логістика – наука, яка вивчає інтегроване управління матеріальними, фінансовими, інформаційними та сервісними потоками в різних системах (в тому числі економічних). Мета логістики – це раціональне координування фізичного розподілу та ефективне управління матеріальними потоками з ціллю зекономити витрати, підвищити рівень обслуговування та отримання конкурентних переваг.

Призначення (остаточна мета) логістики - гарантувати отримання продуктів і послуг там, де вони потрібні, в той час, коли вони необхідні. Остаточну мета логістики часто припускають у вигляді «правил логістики» ("логістичного міксу»). Більш популярним підходом є виділення "семи правил логістики" або комплексу логістики "7R" (правила "7 R") (з англ. Right - відповідний, вірний):

- продукт - необхідний продукт (the right product);
- кількість - у відповідній кількості (in the right quantity);
- якість - відповідної якості (in the right condition);
- час - у потрібний час (at the right time);
- місце - у відповідне місце (at the right place);
- споживач - відповідному споживачу (for the right customer);
- витрати - з необхідними мінімальними витратами (at the right cost) [3,

с. 14-20].

Можна сказати, що логістика включає мало не всю діяльність організації: від контролю різноманітних витрат до реалізації самої продукції. основними

цілями виробничої логістики вважаються:

- доречне і економічне переміщення матеріальних ресурсів між стадіями і робочими місцями
- скорочення всіляких витрат;
- підвищення якості продукту в процесі перетворення матеріальних ресурсів

Якщо правильно використовувати логістику в виробництві, можна досягти таких результатів:

- посилення ефективності виробництва;
- значне скорочення витрат в робочий час;
- обмеження витрат праці;
- підвищення рентабельності виробництва підприємства.

В іншому випадку можливі такі наслідки:

- зменшення якості сервісу;
- втрата клієнтів;
- підвищення витрат на експлуатацію обладнання;
- малоефективна організація матеріальних потоків [4, с 77-78]

Тож, менеджмент – це процес планування, прийняття рішень, організації, керівництва, мотивації та контролю людських та інших ресурсів. Економіка - це великий набір взаємопов'язаних виробничих та споживчих видів діяльності, які допомагають визначити розподіл дефіцитних ресурсів. Логістика - це процес планування та здійснення ефективного транспортування та зберігання товарів від місця походження до місця споживання.

Список використаних джерел:

1. Мардас А.Н., Гуляева О.А. Основы менеджмента. Практический курс: учеб. пособие для СПО. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 175 с.
2. Драчева, Е.Л. Юликов, Л.И. Менеджмент: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования. 16-е изд., стер. Москва: Издательский центр

«Академия», 2016. 304 с.

3. Тюріна Н. М., Гой, І. В. Бабій, І. В. Логістика [Текст]: Навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2015. 392 с.

4. Постнов В. В., Уткин Д. Ю., Николаева К. А., Селиверстов А. С., Семидотченко А. Р. Значение логистики на предприятия. *Проблемы современной экономики*: материалы VII Междунар. науч. конф. Казань : Молодой ученый, 2018. 86 с.

УДК 338.26

М.О. Романащенко, студентка IV курсу
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
(м. Харків, Україна)

ЗМІНА ВЕКТОРУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Анотація: в роботі наведено авторське визначення поняття інноваційно-інвестиційний процес на основі аналізу нормативно-правової бази України та праць закордонних і вітчизняних науковців. Проаналізовано Світового економічного форуму 2020 та на його основі зроблено висновок про зміну вектору інноваційно-інвестиційних процесів в умовах пандемії COVID-19.

Ключові слова: інноваційно-інвестиційний процес, інновації, інвестиції, світове господарство, інноваційно-інвестиційне середовище.

Сучасний виробничий процес потребує інновацій, адже аби продукція вітчизняного виробництва була конкурентоспроможною на європейських ринках, необхідно модернізувати технологію виробництва. Інвестиційний процес сприяє формуванню достатнього обсягу ресурсів, які, в свою чергу, необхідні для розробки та впровадження інновацій у виробництво. Лише завдяки інвестиціям, які спрямовані на активізування сучасних модернізованих високотехнологічних наукомістких виробництв та продукування нових знань і винаходів, вітчизняна економіка отримає продукт, який має більшу конкурентну перевагу на ринку.

Питання теорії і практики інвестиційних та інноваційних процесів досліджували зарубіжні вчені: Г. Александер, Дж. Бейлі, В. Беренс, Г. Бірман, Р. Брейлі, Л. Гітман, М. Джонк, М. Портер, Б. Санто, У. Шарп, С. Шмідт та ін.

Українське законодавство не має визначення поняттям «інноваційний процес» та «інвестиційний процес». Потрібно зазначити, що сутність інноваційно-інвестиційного процесу досліджує незначна частина економістів, перевагу у вивченні надають інноваційно-інвестиційній діяльності.

На основі проведеного аналізу праць вчених та нормативно-правової бази ми вважаємо, що інноваційно-інвестиційний процес – це процес здійснення

практичних дій, які направлені на впровадження результатів наукових досліджень та розробок і випуск на ринки збуту нових конкурентних товарів, робіт і послуг шляхом реалізації інвестицій [1, с. 26].

Сьогодні підприємства провадять свою діяльність в умовах напруженої ситуації в соціально-економічному середовищі. Суб'єкти підприємницької діяльності для забезпечення своєї ефективної діяльності, завдяки збільшенню прибутків та обсягів виробництва, оптимізації виробничих процесів, вимушені шукати інвесторів та самостійно створювати і запроваджувати різного роду інновації.

Ключовою ланкою під час процесу створення сприятливих умов для привабливого інноваційного та інвестиційного середовища та забезпечення високопродуктивної діяльності підприємства виступає держава. Проводячи власну політику в межах даних сфер вона спроможна впливати на розвиток інноваційно-інвестиційної моделі.

Україні притаманні більшість проблем східно-європейських країн, що пов'язані з регулюванням інноваційно-інвестиційної діяльності. Тільки проаналізувавши досвід, помилки та «перемоги» країн-сусідів можливо оцінити рівень вітчизняного інноваційно-інвестиційного потенціалу, уникаючи можливих невдач та сформулювати рекомендації та вектор розвитку нашої країни для удосконалення регуляторної політики.

Аналізуючи дані звіту World Economic Forum 2020 «The Global Competitiveness Report» [2] можна відмітити загальну тенденцію до зниження числа угод за венчурним капіталом. Експерти схильні вважати, що світова криза, пов'язана з COVID-19 тільки посилила цю тенденцію. Замість того, аби фінансувати новаторські, дрібні та різнопланові стартапи, венчурні компанії зосередили свою увагу на «мегаугодах», стимулюючи таким чином лише окремі великі підприємства, а не вкладаючи кошти у численні стартапи.

Провідними венчурними осередками на сьогодні залишаються Сінгапур, Ізраїль, Китай, Люксембург, США, Індія та Великобританія. Саме в цих країнах спостерігається дещо швидше відновлення, завдяки їх прагненню забезпечити

дохідність капіталу для всього світу.

Напрямок розвитку інноваційно-інноваційних процесів в умовах пандемії також зазнав змін. Сьогодні більшість інновацій та відповідно інвестицій зосереджені в секторах охорони здоров'я, дистанційного навчання, електронної торгівлі та роботизації.

Глобальними лідерами в сфері інновацій за результатами World Economic Forum 2020 «The Global Competitiveness Report» [2] в Європі стали Швейцарія, Швеція та Великобританія; в Америці – США, Канада, Чилі, Мексика та Коста-Рика; в Азії – Сінгапур, Республіка Корея, Китай, Індія, Іран, Казахстан, ОАЕ, Кіпр, Ізраїль; в Африці – Південна Африка, Республіка Маврикій, Об'єднана Республіка Танзанія.

Якщо казати про окремі інноваційні показники, то лідерами є не тільки країни з високим рівнем доходу. Наприклад, у Південно-Східній Азії Таїланд займає 1-е місце у світі за об'ємом витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) в комерційному секторі, а Малайзія є глобальним лідером з чистого експорту високотехнологічної продукції. Серед країн Африки Ботсвана є флагманом в глобальному рейтингу за статтею «витрати на навчання», Мозамбік утримує перші позиції в категорії «інвестиції» в масштабах світу. В Латинській Америці Мексика є найбільшим світовим експортером продуктів творчої праці.

Доцільно розмежовувати інноваційно-інвестиційну привабливість, а відповідно і значення інноваційного індексу країн за рівнем доходу (табл. 1)

Таблиця 1

Рейтинг країн-лідерів в кожній групі доходу 2020р.

Країни з високим рівнем доходу (всього 49)			Країни з рівнем доходу вище середнього (всього 37)		
Рейтинг	Країна	Глобальний інноваційний індекс	Рейтинг	Країна	Глобальний інноваційний індекс
1	Швейцарія	1	1	Китай	14
2	Швеція	2	2	Малайзія	33
3	США	3	3	Болгарія	37
4	Великобританія	4	4	Таїланд	44
5	Нідерланди	5	5	Румунія	46
Країни з рівнем доходу нижче середнього (всього 29)			Країни з низьким рівнем доходу (всього 16)		
Рейтинг	Країна	Глобальний	Рейтинг	Країна	Глобальний

		інноваційний індекс			інноваційний індекс
1	В'єтнам	42	1	Об'єднана Республіка Танзанія	88
2	Україна	45	2	Руанда	91
3	Індія	48	3	Непал	95
4	Філіппіни	50	4	Таджикистан	109
5	Монголія	58	5	Малаві	111

(Складено автором на основі джерела [2])

Загальна тенденція міжнародного виробництва спрямована на скорочення ланцюгів створення вартості, посилення концентрації доданої вартості і зниження міжнародних інвестицій в фізичні виробничі активи. У 2020 році показник прямих іноземних інвестицій (ПІІ) вперше з 2005 року склав менше 1 трлн доларів США зупинившись на позначці 924 млрд доларів США [3]. Прогнозується скорочення ПІІ в 2021р. ще на 5-10% і їх відновлення у 2022р.

Переважає більшість розвинених країн посилили механізми контролю іноземних інвестицій для захисту медичної промисловості та інших стратегічних галузей. Також деякі країни встановили об'єм обов'язкового виробництва для стратегічно-важливих галузей та ввели заборону на експорт медичного обладнання в особливо гострі періоди пандемії та зниження імпортного мита на експорт медичних виробів.

Ніхто не береться давати точних прогнозів щодо результатів кризи внаслідок пандемії COVID-19, але всі без винятку впевнені в тому, що відбудуться дуже важливі зміни в секторі світового інноваційно-інвестиційного розвитку. Вже зараз ми можемо спостерігати зміни вектору інвестицій у провідні галузі. Якщо у 2018 – 2019 рр. більшість інвестицій та інновацій були зосереджені у сфері молодіжних технологічних стартапів та різноманітних рекреаційних проектів, то зараз, сучасна світова ситуація диктує нові умови для інвесторів та інноваторів [4]. Більшість світових інноваційно-інвестиційних потоків направлені у сферу охорони здоров'я та серверів забезпечення онлайн торгівлі та дистанційного навчання.

Список використаних джерел:

1. Крутько М.А., Романащенко М.О., Романащенко І.О. Роль інноваційно-інвестиційних процесів в аграрному секторі економіки України. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. Вип. №1 (118). 2021. С. 24-28.
2. WEF 2020 «The Global Competitiveness Report». URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf (дата звернення: 02.04.2021р.)
3. World Investment Report 2020. International Production Beyond the Pandemic. URL: <https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2020> (дата звернення: 02.04.2021р.)
4. WEF 2018 «The Global Competitiveness Report». URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> (дата звернення: 04.04.2021р.)

*Науковий керівник: Крутько М.А., д.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

УДК 658

Русан О.О., студент групи ЕП-18-1
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

РОЛЬ І ОЗНАКИ СИСТЕМ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: Акцентовано важливість розуміння механізму систем планування і прогнозування. Розглянуто теоретичні засади систем планування і прогнозування у діяльності підприємства. Висвітлено використання планування і прогнозування у фінансовому середовищі підприємства. Узагальнено основні ознаки планування і прогнозування.

Ключові слова: прогнозування, планування, підприємство, фінансове прогнозування, фінансове планування.

На теперішній час майже всі підприємства функціонують в умовах високої динамічності і невизначеності, тому виникає сильна необхідність використати на підприємстві якомога точні і надійні методи складання прогнозів і планів. Без цих інструментів, підприємство буде знаходитись в непередбачуваному і нестійкому фінансовому стані, не сформує запаси ресурсів і не забезпечить мінімальні витрати від своєї діяльності. Таким чином, підприємство не забезпечить власну конкурентоспроможність. Завдяки процесам прогнозування і планування визначаються певні явища, що стануться в майбутньому, формуються спеціальні задачі і їх черга послідовного виконання задля досягнення поставленої мети. Багатьох вчених цікавить питання важливості і вивчення процесів систем планування і прогнозування діяльності підприємства. Детальна різниця між системою прогнозування і системою планування наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Відмінні ознаки системи планування і прогнозування [1, с. 116]

Відмінні ознаки	Характеристики відмінної ознаки	
	Система прогнозування	Система планування
Кількісна оцінка в майбутньому	Інтервал	Конкретна величина
Необхідність у виконанні	Необов'язкове	Обов'язкове
Характер виконання дій	Імовірне	Точне
Точність у час	Неточне	Точне
Масштаб аналізу явищ чи об'єкту	Широкий	Обмежений
Точність результатів	Неточні, імовірні, не досить достовірні	Точні, достовірні

Дані системи займають одну з найголовніших ланок в управлінні підприємством. Керівники, що недооцінюють важливість цих інструментів ризикують отримати критичні фінансові збитки, що дасть сигнал до банкрутства власного бізнесу. В умовах сучасності зростає роль фінансового планування, головна мета – забезпечувати стабільність фінансового стану в умовах, коли юридична особа сама формує, використовує власні фінансові ресурси та відповідально взаємодіє з іншими суб'єктами економічних відносин. Для складання фінансового плану поєднують кілька елементів, одним з яких є фінансовий прогноз, що свідчить про їх зв'язок.

Керівники обирають критерії для вирішення фінансових питань, і саме з них формується мета фінансового планування. Ці критерії зазвичай спрямовані на максимізацію прибутку, рівня продажів, покращення рівня послуг, розширення бізнесу.

Проаналізувавши наукову літературу визначимо алгоритм формування мети планування на підприємстві:

- 1) підтримка стабільної діяльності підприємства;
- 2) визначення обсягів витрат, доходів, наданих послуг, виробництва тощо у плановому періоді;
- 3) створення соціальних, економічних чи виробничих проектів та визначення їх сенсу і користі для підприємства;
- 4) визначення використання фінансових ресурсів на ефективному рівні на короткострокові і довгострокові періоди [2, с. 145].

Процес фінансового прогнозування – це процедура визначення дій на майбутній період, стосовно створення, використання чи збільшення фінансових ресурсів для забезпечення відтворювального процесу підприємства [3, с. 24].

Хоча процеси прогнозування та планування істотно різні, тим не менше, вони мають спільні цілі і задачі, а також доповнюють один одного. Причиною тому, є те, що вони є важливою частиною стратегічного управління. Планування, як і прогнозування, – це передбачення, одержання інформації про майбутні

процеси. Планування базується на розробках прогнозної інформації, прогнозування намагається передбачити економічні явища. Дотримання всіх правил та принципів під час планування, прогнозування, розробки стратегії діяльності підприємства забезпечить стабільну функціональність і сильну конкурентоспроможність [4, с.17].

Без планування і прогнозування стабільна діяльність підприємства неможлива. Процеси прогнозування і планування мають здійснюватися за сучасними методами, не залишати без уваги вплив економічних, виробних, соціальних факторів. Завдяки цьому, підприємство матиме діючий і зрозумілий механізм впевненої діяльності.

Список використаних джерел:

1. Ставерська Т.О. Принципи і процедури фінансового планування і прогнозування на підприємстві. *Держава та регіони*. 2011. № 5. С. 167–170.
2. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2012.
3. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. К.: Знання, 2005. 485 с.
4. Поддєрьогін А.М., Білик М.Д., Буряк Л.Д. Фінанси підприємства: підручник. К.: КНЕУ, 2006. 552 с.

УДК 338.24

Сардак С.Е., д.е.н., професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин,
регіональних студій та туризму
Калюга А.Р., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 392 «Міжнародні економічні відносини»
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ

Анотація: Сучасний розвиток будь-якого суб'єкта господарювання має залежати від того, наскільки збалансована структура організаційно-економічного комплексу. Рівень конкурентоспроможності підприємства формується з урахуванням впливу на різних рівнях функціонування (мікро- та макрорівні). Метою даної роботи являється дослідження управління підприємством на мікро та макрорівні.

Ключові слова: суб'єкт господарювання, мікро- та макрорівні, економіка, управління підприємствами.

Спочатку слід розкрити сутність управління підприємствами. Питаннями, пов'язаними із економікою та управлінням підприємствами займались низька вчених.

Так, у роботі Данько Ю.І., Михайлової Л.І. та Чайки І.П. значну увагу приділили основам того, як функціонує підприємство в сучасній системі господарювання; ресурсному забезпеченню діяльності підприємств; управлінню економічною діяльністю; маркетинговій діяльності підприємств; обліку, аналізу та аудиту діяльності підприємств; результатам діяльності та ефективності виробничого процесу, безпеці підприємств та антикризовій системі господарювання [1].

Управління підприємством на мікро рівні слід розглядати як ціле направлений процес впливу на суб'єкт господарювання з метою забезпечення ефективного функціонування та подальшого розвитку. Основа мета управління підприємством, на думку Навольської Н.В., полягає у тому, щоб забезпечити можливий результат виробничих процесів при мінімальних затратах, тобто слід

досягти оптимальної величини між результатами та витратами. З даної точки зору управління підприємством розглядають як оптимальний комплекс ресурсів підприємства (мова йде про працю, капітал, матеріали та ін.), які потрібні для того, щоб досягти зазначених цілей та завдань [2].

До головних функції управління підприємством слід віднести планування, організація, мотивація, контроль та регулювання. Такі функції, як планування, організація, мотивація, контроль та регулювання слід віднести до загальних (основних) функцій, так як будь-яка інша діяльність по управлінню має здійснюватися за допомогою послідовного їх використання, а саме йдеться про аспекти, пов'язані із:

- плануванням процесів, діяльності підприємств та фінансово-господарської діяльності;
- організацією процесів, діяльності підприємств та фінансово-господарської діяльності;
- мотивацією персоналу, які здійснює певні процеси та, які забезпечують фінансово-господарську діяльність;
- регулюванням процесів, діяльності підприємств та фінансово-господарської діяльності [2].

Сутність планування полягає у побудові цілей та визначенні ефективних способів для їх досягнення. Окрім цього до головного аспекту здійснення планування слід віднести ретельну оцінку початкових (вихідних) даних. Організацію або організування слід трактувати як різновид управлінської діяльності, яка має відображати процеси, пов'язані із формування управлінської структури суб'єкта господарювання.

Мотивацію або мотивування слід трактувати як різновид управлінської діяльності, яка має забезпечити процес спонукання працівників до діяльності, яка має бути направлена на досягнення поставлених цілей підприємства та кожного окремого працівника.

Контроль слід трактувати як різновид управлінської діяльності, який

стосується оцінки рівня виконаних завдань та досягнутих цілей; виявлення відхилень; виявлення недоліків та проблем для того, щоб виявити причину їх формування.

Ковальчук І.В. у своїх роботі досить велику увагу приділив дослідженню підприємства як об'єкту системи господарювання; економічним ресурсам підприємства; результат та ефективності діяльності підприємства [3].

На його думку управління підприємством слід розглядати як діяльність, яка пов'язана із координацією роботи кожного структурного підрозділу та працівників; забезпеченням взаємодії з кожним елементом зовнішнього середовища для того, щоб кожен ефективно виконував свою роботу. Важливим моментом у управлінні підприємствами на макрорівні є антикризове управління з боку держави.

Так, мета антикризового управління полягає у мінімізації впливу будь-якого кризового фактору та у забезпеченні ефективного розвитку суб'єктів господарювання. Окрім цього, Адамська О. наводить головні завдання антикризового управління; різновиди антикризового управління; симптоми кризи [3]. Окрім цього антикризове управління з боку держави, слід розглядати як комплексі напрямів дій органів державної влад, які пов'язані із розробкою та реалізацією завдань, які спрямовані на попередження кризового стану.

Ефективність управління підприємством на мікро рівні в першу чергу залежить від висококваліфікованого управлінського персоналу та від їх рішень. Тоді, як управління підприємствами на макрорівнях покладено на державні органи, які своїми рішенням, можуть як покращити діяльність підприємств так, і погіршити.

Список використаних джерел:

1. Економіка і управління підприємствами: теорія, методика, практика : колективна монографія. Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2020. 240 с.
2. Навольска Н.В. Теоретичні аспекти управління економічною ефективністю діяльності підприємств та вибору показників її оцінки Н.В.

Навольська. Економіка та управління підприємствам. №18, 2018, с. 474-480.

3. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: Навч. посіб. Київ: Знання, 2018, 679 с. (Вища освіта XXI століття).

4. Korneyev M., Sardak S. The influence of disbalances in financial resources movement on national financial systems. Economic security in the globalized world economy : Collective monograph. Yunona Publishing, New York, United States of America, 2018.

УДК 33

С.Е. Сардак, д.е.н. професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин,
регіональних студій та туризму
А.П. Гірман, к.політ.н, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
регіональних студій та туризму
А.С. Критін, ЗВО факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація: Розглянуто питання євроінтеграції в контексті економічного розвитку України. Спираючись на досвід країн-членів ЄС останньої хвили виокремлено як переваги так і недоліки інтеграційного процесу.

Ключові слова: інтеграція, європейський ринок, стратегія, економічний розвиток, ризики.

Процеси міжнародної інтеграції на світовому та регіональному рівнях безпосередньо впливають на економічний розвиток і міжнародне співробітництво країн, однією з визначальних рис яких є транснаціоналізація підприємницької діяльності. Саме тому розвиток всіх форм підприємництва – малого, середнього і великого – є важливим стратегічним вектором економічної політики країни, її регіонів.

Зміни зовнішніх геополітичних і гео економічних умов на європейському континенті визначили необхідність аналізу і перегляду економічної політики України. Особливо гостро це питання стоїть в прикордонних областях України, де необхідним забезпечує умовою інтеграційних процесів є орієнтація на збалансований розвиток великих, середніх і малих підприємств, як основних євроінтеграційних агентів.

Вільний рух капіталу між країнами, доступ до європейських ринків збуту продукції та вільний рух робочої сили вплинуть на міжнародний поділ праці і міжнародний рух капіталу, що є одним з основних умов економічної інтеграції країн. У той же час найбільш значимими ризиками підприємства вважають

зростання рівня цін, недостатню конкурентоспроможність продукції вітчизняного виробника і їх продукції, а також підвищення рівня безробіття. [1].

Така думка аргументується інформацією з сусідніх країн, що вступили в 2004 році в ЄС. Всі вони в перші роки членства в ЄС пережили значне підвищення цін, проявили неконкурентоспроможність національних підприємств і, як наслідок, їх масове закриття або реорганізацію (альянси, поглинання, злиття). Це супроводжувалося зниженням частки вітчизняного виробництва (фактор ризику середнього ступеня загрози). Все це сприяло підвищенню рівня безробіття і відповідно, міжнародної, переважно всередині інтеграційного угруповання (ЄС) міграції. При цьому виникає неминучий відтік висококваліфікованих кадрів (фактор ризику середнього ступеня загрози) [2].

Не зважаючи на це, тривалий період пріоритетом України була повна інтеграція з Європейським Союзом. Метою України було створення передумов для того, щоб країна стала членом ЄС до 2020 року. Багаторічний період співпраці України з ЄС вже сприяв створенню всебічних інструментів, використання яких повинно бути основою для стійкого економічного зростання та розвитку не лише на державному рівні, а й для трансформації всіх соціальних сфер та впровадження європейських стандартів для підвищення якості та рівня життя.

Економічними передумовами євроінтеграції було визначено:

- збільшення традиційного експорту сільськогосподарських товарів до ЄС в результаті безмитного доступу українських сільськогосподарських товарів за тарифними квотами;
- збільшення обсягів поставок товарів та послуг українськими підприємствами в рамках державних закупівель для країн ЄС;
- підвищення рівня конкуренції у сфері закупівель, перерозподіл державних коштів для більш ефективних компаній, особливо тих, малих і середніх, які, за умови дотримання принципу недискримінації учасників, матимуть доступ до процедур.

Сьогодні європейська інтеграція посідає особливе місце в міжнародних економічних відносинах України, про що свідчать її вирішальна роль у світовій політичній системі та досягнення у соціально-економічній сфері [3; 4].

Високий економічний розвиток є одним із найважливіших факторів, що сприяють розвитку європейських інтеграційних процесів, оскільки відсутність високорозвиненого потенціалу вітчизняного промислового комплексу унеможливорює торгівлю та внутрішньогалузеве співробітництво.

Як член ЄС, Україна має шанс успішно переконати інші країни у правильності своєї позиції з багатьох питань, порушених на рівні ЄС. Для підприємств та України загалом, згідно з цим поглядом, європейська інтеграція можлива та перспективна як нашої країни, так і для Європейського Союзу. Економічною основою європейської інтеграції України є те, що спеціалізація та кооперація промисловості пов'язує країн-партнерів. Коли різні країни об'єднуються в єдиний технологічний ланцюг, їх відносини будуть міцними та стабільними. Для підприємств відкриваються нові можливості, вони починають покращувати свою якість, а це означає, що продукція, що надходить до країн-партнерів, має іншу цінність, ніж в Україні. У підсумку всі країни отримують вигоду, рівень продуктивності праці зростає, а витрати на зовнішню торгівлю значно зменшуються.

Найбільш визначальною економічною основою євроінтеграційного курсу України була перспектива створення зони вільної торгівлі. Україна має шанс отримати інші вигоди від співпраці з ЄС шляхом створення нових робочих місць у країні, і перш за все шляхом зменшення залежності внутрішнього енергетичного ринку від російської енергетики. Зростаюче значення енергетичної складової цієї співпраці є початком великих поставок скрапленого природного газу з США до ЄС [5].

Спираючись на викладене, можна стверджувати, що однією з важливих умов досягнення намічених цілей, підприємницьке середовище вважає забезпечення сприятливого інвестиційного клімату, а також мезо- і

макросередовища для підприємницької діяльності. Та вкрай важливим є забезпечення інформованості суспільства про політичні переваги та ризики від вступу України в ЄС.

Список використаних джерел:

1. Українців пустили до Європи. Все, що треба знати про безвізовий режим з ЄС. ТСН. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/koli-ukrayinciv-pustyat-do-yevropi-vse-scho-treba-znatipro-bezvizoviy-rezhim-z-yes-792930.html> (дата звернення 16.03.2021)

2. Реформа державних підприємств. URL: https://espreso.tv/news/2018/01/15/ukrayina_dosyagne_4_zrostannya_vvp_yak_scho_provede_try_reformy_svitovyy_bank (дата звернення 16.03.2021)

3. Слабоспицька О.Ю. Особливості стратегічного планування на підприємстві з урахуванням системи державної підтримки українського експорту. Аграрний вісник Причорномор'я: Економічні науки. Одеса, 2014. Вип. 53. С. 60–65.

4. Гірман А.П., Лебедко К.А. Актуальні питання міжнародної політики Європейського Союзу. *Економіко-правові та управлінські аспекти розвитку суспільства: молодіжний погляд*: матеріали Міжнар.наук.-практ.конф.: у 2-х ч. Ч. 1. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2019. С.133-136.

5. Sardak S., Korneyev M., Simakhova A., Bilskaya O. Global factors which influence the directions of social development. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. № 15(3). P. 323–333.

УДК 658.512

Н.В. Сергеева, к.э.н., доцент
кафедры организации производства,
О.Г. Каратаева, к.э.н., доцент
кафедры организации производства,
Шугаев А.Ю., старший преподаватель
кафедры правоведения
РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева

ДИВЕРСИФИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ – КАК ОСНОВА СТАБИЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: многие хозяйства молочного скотоводства переходят на частичную переработку своего сырья путем пастеризации молока, производства творога, сыра или других кисломолочных продуктов. Сегодня особенному спросу подвержены кисломолочные продукты, которые полезны для всех категорий населения. В статье рассмотрен пример диверсификации молочного животноводства с обоснованием роста экономической эффективности предприятия путем организации производства творога. Сравнительный экономический эффект с учетом нормативной эффективности капитальных вложений составит 16,4 млн руб.

Ключевые слова: запретные санкции, импортозамещение, диверсификация, молочное животноводство, конкурентоспособность, эффективность, экономическое развитие.

Основной целью деятельности каждой коммерческой организации считается получение и максимизация прибыли посредством роста производства высококачественной востребованной рынком продукции. Для стабильного и эффективного развития сельскохозяйственных предприятий, роста финансовых возможностей и сохранения продовольственной безопасности есть необходимость систематически проводить инновационное обновление средств производства и продукции [1, с. 90]. Многие сельскохозяйственные производители постепенно переходят не только к производству сырьевого продукта – мяса, молока, зерновых, но и к получению готовых к употреблению продуктов питания посредством переработки своего сырья, т.е. диверсификации производства [2, с. 45].

Вопросы импортозамещения в России все еще актуальны, но не всех желаемых результатов удастся достичь в силу технических, технологических и,

главное, финансовых проблем в аграрном секторе.

Молочные животноводческие хозяйства занимаются пастеризацией молока, упаковкой его в товарную тару и продажей в розницу. Некоторые хозяйства выбирают более сложную переработку молока – в творог, сыр или другую кисломолочную продукцию.

Основное стратегическое развитие государства сейчас ориентировано на защиту внутреннего производственного сектора от импортных продуктов, т.е. замена товарами российского производства. В итоге мероприятий должно стать стабильное увеличение признаков конкурентоспособности отечественной продукции через разнообразие товарной номенклатуры и технико-технологическую модернизацию производственного процесса, получая экономическое развитие путем освоения новых производств [2, с. 46].

Надо отметить, многие хозяйства не в состоянии полномасштабно и быстро освоить новое производство, как раз из-за отсутствия достаточного

Диверсификация связана с разнообразием применения продуктов, выпускаемых компанией, и делает эффективность функционирования компании в целом независимой от жизненного цикла отдельного продукта [3, с. 557].

Идеальным вариантом деятельности производственного объекта, как известно, является предупреждение возможных неудач и потерь производительности, которые можно получить из различных прогнозов специалистов. Необходимость диверсификации может быть выявлена в результате сравнения желаемого и возможного уровней производительности и того уровня, который был, достигнут в результате деятельности компании. Для менее успешных компаний, которые не планируют (или не могут спланировать) свои действия на будущее, первым признаком такого разрыва показателей производительности зачастую являются сокращение портфеля заказов либо незанятые в производстве мощности [4, с. 52].

Для сохранения экономической самостоятельности необходимо развивать производственную деятельность, применяя диверсификационные приемы.

Кооперативу предлагается освоить новое направление деятельности, связанное с переработкой молока в творог. Для этого можно использовать малый комплекс для переработки молока в творог ИПКС-0104 «Фермер». Фасовка творога будет производиться в полиэтиленовые пакеты «Tetra Brik», «Tetra Brik Aseptic».

Стоимость мини завода «Фермер» по переработке молока 3 620 тыс. руб. с доставкой. Единовременные вложения с учетом реконструкции и ремонта помещений, приобретения оборудования составят 11,1 млн руб.

Учитывая объем потенциального рынка сбыта, планируется перерабатывать 8 тонн молока ежедневно, это 975 кг творога. Дополнительно будут привлечены: один технолог контролер, четыре оператора по обслуживанию мини цеха, два упаковщика, один грузчик, один водитель и один человек обслуживающего персонала и специалист по сбыту. Доплаты административному персоналу войдут управленческие и общехозяйственные расходы.

Малый комплекс по переработке молока ИПКС-0104 «Фермер» перерабатывает и расфасовывает творог в полиэтиленовую пленку объемом 0,5 кг, 0,6 кг, что вполне удобно, поскольку творог скоропортящийся продукт и лучше для потребителя покупать малые объемы более часто, продукт будет оставаться свежим. Упаковка состоит из светонепроницаемой пленки, это еще увеличит срок реализации и хранения творога.

Полная себестоимость 1 кг творога составит 353,47 руб. Творог планируется расфасовывать в полукилограммовые вакуумные пакеты, то себестоимость 0,5 кг творога составит 176,74 руб./упак.

Суммарная себестоимость производства и реализации всего годового объема творога $353,47 \text{ руб.} \times 302250 \text{ кг} = 106 \text{ млн } 836,3 \text{ тыс. рублей}$. Это значительный годовой оборот капитала для среднего по размеру сельхозпредприятия, но надо помнить, что более 48 млн руб. – это стоимость собственного молока.

Рынком сбыта молочной продукции будут являться предприятия оптовой и розничной торговли, предприятия общественного питания области, сетевая

торговая сеть района, а также детские сады, санатории и школы.

Учитывая полную себестоимость одной упаковки творога 176,74 руб., цена на продукцию, реализуемую в розничную торговую сеть с учетом наценки 23 % равна 217,4 руб., а оптовым заказчикам с наценкой 20 % – 212 руб.

В табл. 1 приведены финансовые результаты от переработки молока в творог.

Таблица 1

Финансовые результаты от переработки молока в творог

№ п/п	Показатель	Значение
1	Единовременные затраты, тыс. руб.	11 173,0
2	Выручка от продажи продукции, тыс. руб.	130 112,6
3	Текущие затраты (полная себестоимость), тыс. руб.	106 836,3
4	Валовая прибыль, тыс. руб.	23 276,3
5	Налог на прибыль (20%), тыс. руб.	4 655,3
6	Чистая прибыль, тыс. руб.	18 621,0
7	Рентабельность текущих затрат, %	17,4
8	Рентабельность продаж, %	14,3
9	Срок окупаемости капитальных вложений, лет	0,5
10	Экономический эффект, тыс. руб.	16 386,4

Валовая прибыль от продажи годового объема творога составит 23,2 млн руб., чистая прибыль 18,6 млн руб. Рентабельность текущих затрат составит 17,4 %, рентабельность продаж 14,3 %, срок окупаемости единовременных вложений в 11,1 млн руб. составит около полугода. Сравнительный экономический эффект с учетом нормативной эффективности капитальных вложений составит 16,4 млн руб.

Все производственные решения предпринимательских структур ориентируются на обеспечение максимально возможной прибыли или максимально возможной рентабельности. Стремление получить прибыль вынуждает предприятия постоянно разрабатывать новые продукты, которые можно успешно реализовывать на рынке, совершенствовать уже освоенную продукцию и методы производства с тем, чтобы добиться большей разницы между доходами и расходами, т.е. экономический успех деятельности предприятия выражается в прибыли [5, с. 52].

Можно сделать вывод, что организация переработки молока в творог позволит получить кооперативу дополнительную прибыль и существенно

повысит ь рентабельность производства, предложит ь дополнительные рабочие места, а также удовлетворит ь потребность в качественном продукте питания.

Список использованных источников:

1. Каратаева О.Г., Чеха О.В., Трушина Л.Н., Каратаев Г.С. Перспективы развития интеллектуального сельского хозяйства в современных экономических условиях (на материалах Чувашской Республики). *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю*: матеріали II Міжн. Наук.-прак. конф., присвячується 100-річчю Полтавської державної аграрної академії. 2020. С. 89-91.

2. Сергеева Н.В. Роль диверсификации в процессе импортозамещения. *Международный научный журнал*. 2015. № 6. С. 44-48.

3. Сергеева, Н.В. Соловьева, А.Д. Интегрированные объединения в АПК. *Научно-образовательные и прикладные аспекты производства и переработки сельскохозяйственной продукции* : сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию первого выпуска технологов сельскохозяйственного производства. 2018. С. 555-561.

4. Сергеева Н.В. К вопросу повышения эффективности молочного животноводства. *Международный технико-экономический журнал*. 2015. №5. С. 49-54.

5. Ашмарина Т.И. Качественный аспект продовольственной безопасности. *Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина*. 2015. № 6. С. 51.

УДК 338.2

Смірная С.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту
Федорчук О.І., магістр
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова
(м. Харків, Україна)

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦЯ З ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: Перспективна система професійної підготовки кадрів у сфері управління фінансово-економічною безпекою підприємства потребує освітніх інновацій з використанням суміжних з економікою знань, таких як соціальна психологія. Аналіз джерел негативних чинників впливу на безпеку підприємства свідчить, що значна частка загроз пов'язана з "людським фактором". У питаннях професійної підготовки висококваліфікованих сучасних фахівців з фінансово-економічної безпеки розкрито значення розвитку їх фахових компетентностей з практичним застосуванням психологічних знань, що сприятиме мотивації персоналу щодо дотримання стандартів безпеки.

Ключові слова: фінансово-економічна безпека, управління, психологічні особливості, мотивація персоналу, фахові компетентності.

Фінансово-економічна безпека підприємства, котра є об'єктом діяльності фахівців з управління безпекою, розуміється як стан захищеності фінансово-економічних інтересів підприємства від внутрішніх і зовнішніх загроз діяльності суб'єкта господарювання та забезпечення його сталого розвитку як у поточному, так і довгостроковому періодах. Джерела негативних чинників впливу на безпековий стан підприємства є різноманітними, але їх наслідки можуть бути руйнівними для системи безпеки суб'єкта підприємництва в цілому. До джерел зовнішніх загроз відносять дії ділових партнерів, конкурентів, які з будь-яких причин застосовують по відношенню до підприємства методи недобросовісної конкуренції або шахрайства; представників контролюючих органів, спрямовані на отримання матеріальної вигоди за рахунок використання свого службового положення; представників кримінальних структур, що мають на меті заволодіння фінансовими або матеріальними ресурсами підприємства тощо. Джерела внутрішніх загроз безпековому стану підприємства можуть походити з

таких причин: слабка організація системи управління персоналом; невідповідність кваліфікації працівників вимогам, що висуває до них діяльність; помилки в плануванні ресурсів персоналу; неякісні перевірки кандидатів при прийомі на роботу; неефективна система мотивації персоналу; недосконала корпоративна політика тощо. Ідентифікацію та прогнозування внутрішніх загроз реалізації фінансово-економічних інтересів підприємства часто пов'язують з небезпеками, що виходять від персоналу суб'єкта господарювання. Внутрішні чинники впливу на стан фінансово-економічної безпеки підприємства мають суттєве значення з огляду керованості з боку менеджменту суб'єкта підприємництва, оскільки вони більше піддаються управлінню за умови вдалого застосування відповідних методів керування, в тому числі й психологічної спрямованості.

Як свідчить аналіз чинників загроз системі економічної безпеки підприємства, більшість з них пов'язана з "людським фактором" [1, с. 130], – персонал, ділові партнери, конкуренти, правопорушники, – це, перш за все, особистості, кожна з яких має свої психологічні особливості. Зважаючи на це, професійне володіння фахівцями з безпеки спеціалізованими знаннями та навичками із соціальної психології стають до нагоди в процесі управління фінансово-економічною безпекою через їхнє застосування, наприклад, під час мотивації персоналу щодо дотримання встановлених стандартів безпеки та досягнення стратегічних цілей суб'єкта господарювання, в тому числі й з підтримки належного рівня безпеки на підприємстві [2, с. 128]. Тобто перспективна система професійної підготовки кадрів у сфері управління фінансово-економічною безпекою підприємства потребує застосування освітніх інновацій з урахуванням вимог сучасності щодо використання суміжних з економікою знань, таких як соціальна психологія. Саме тому підготовка для служб безпеки висококваліфікованих фахівців з управління фінансово-економічною безпекою вимагає спеціальних професійних знань та особистісних якостей, яких потребує ця професія.

Види діяльності фахівців з фінансово-економічної безпеки можуть відрізнитись залежно від напрямків діяльності підприємства, особливостей об'єктів захисту та факторів загроз фінансово-економічній стабільності. Основними об'єктами підприємства, які потребують захисту від зовнішніх і внутрішніх негативних впливів є фінансові та матеріальні ресурси, кадровий (інтелектуальний) потенціал, інформаційні ресурси з обмеженим доступом. Суттєвого значення в підготовці фахівців у сфері безпеки набувають інформаційно-аналітична робота, протидія промислому шпигунству, забезпечення внутрішньої безпеки підприємства, перевірка персоналу тощо. При цьому загалом діяльність фахівців з фінансово-економічної безпеки не є екстремальною, але їй притаманна дія певних стрес-факторів, які призводять до психоемоційних навантажень і дають можливість віднести її до діяльності, що здійснюється в складних умовах [3, с. 245]. З огляду на це, психологічними особливостями діяльності фахівця з фінансово-економічної безпеки підприємства слід уважати такі:

можливість раптового виникнення небезпеки, що пов'язано з великою кількістю загроз та ризиків [1, с. 134];

значна кількість контактів з різними категоріями осіб, деякі з яких можуть проходити на тлі емоційного напруження (емоційна врівноваженість фахівця з безпеки) [4, с. 305];

специфічність взаємостосунків з керівництвом та іншими членами колективу, пов'язані з виконанням професійних обов'язків (неконфліктність фахівця з безпеки, його здатність до управління конфліктними ситуаціями) [4, с. 306];

отримання великого обсягу інформації, яка надходить з різних джерел і потребує змістовного аналізу (здатність до аналітичного мислення) [5, с. 26];

значна внутрішня активність осіб, які здійснюють професійну діяльність у безпековій сфері підприємства (напруга пам'яті, уваги, волі тощо).

Управління фінансово-економічною безпекою як вид професійної

діяльності вимагає наявності певних фахових компетентностей: здатність до аналізу, синтезу, узагальнення інформації; здатність задіяти короткочасний і довготривалий види пам'яті; здатність оперувати великими обсягами аналітичної інформації; здатність приймати виважені управлінські рішення щодо вибору та реалізації безпекової стратегії; здатність до комунікативної поведінки [2, с. 131]. Також важливим у роботі фахівця з безпеки є наявність таких психологічних особливостей, як вміння: здійснювати психологічний аналіз факторів зовнішніх і внутрішніх загроз безпеці підприємства; проводити якісний професійно-психологічний відбір персоналу; проявляти високий рівень стресостійкості; забезпечувати компетентність персоналу в питаннях способів підтримки належного рівня безпеки підприємства; здійснювати стимулювання працівників щодо дотримання стандартів безпеки; сприяти підтримці позитивного соціально-психологічного клімату в колективі.

Таким чином, застосування в практичній діяльності фахівців з питань безпеки професійних знань та навичок із соціальної психології дозволить здійснювати ефективний управлінський вплив як з метою реалізації соціально-економічних інтересів працівників та задоволення їх соціально-психологічних потреб у процесі трудової діяльності, так і для досягнення належного безпекового стану підприємства та підтримки стійкого функціонування [2, с. 130]. Для побудови ефективної моделі управління фінансово-економічною безпекою суб'єкта господарювання за сучасних умов переходу до соціально-орієнтованої ринкової економіки, врахування психологічного аспекту в управлінні безпекою підприємства позитивно впливає на підвищення рівня мотивації персоналу, професійного росту, сприйняття принципів корпоративної культури, що сприяє створенню умов для забезпечення сталого розвитку та зміцнення економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Пригунов П.Я. Діяльність фахівців з економічної безпеки як об'єкт наукових досліджень. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного*

університету. 2013. № 6. С. 128–136.

2. Смірная С.М. Соціально-психологічний аспект управління фінансово-економічною безпекою підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. № 3 (20) 2020. С. 128–133. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-23> (дата звернення 09.04.2021).

3. Пригунов П.Я., Пересипкін М.М. Аналіз вітчизняного досвіду підготовки фахівців з вищою освітою для забезпечення економічної безпеки підприємств: досягнення та перспективи розвитку. *Комунальне господарство міст*. 2013. № 111. С. 244–254. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/35491/1/244-254%20Пригунов%20ПЯ.pdf> (дата звернення 09.04.2021).

4. Смірная С.М. Застосування методу картографічного аналізу службою безпеки підприємства щодо діагностики корпоративного конфлікту. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. № 23. С. 304–307. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/60.pdf> (дата звернення 08.04.2021).

5. Мандзіновська Х.О. Основні положення діяльності аналітиків з питань фінансово-економічної безпеки підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 10. С. 24–31.

УДК 657

Степаненко А.Є., студентка групи ЕП-18-1
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

КОНТРОЛІНГ ВИТРАТ

Анотація: розглянуто суть контролінгу, його роль і значення в діяльності підприємств, як нового методу в економіці. Охарактеризовані аспекти звернення до контролінгу. Значна увага відведена удосконаленню системи управління витратами.

Ключові слова: витрати, контролінг витрат, система управління, мотивація, конкурентоспроможність.

На сьогодні контролінг вважається новим методом в економіці. На великих підприємствах створюються окремі відділи по контролінгу або служби з надання допомоги тим підприємствам, які впроваджують контролінг самостійно.

Причиною підвищення інтересу до контролінгу на сучасному етапі розвитку ринку є потреба в удосконаленні ефективності діяльності підприємства за рахунок виявлення внутрішніх резервів. Якщо на підприємстві сповільнюється етап прискореного розвитку, то настає час заглянути «всередину» своєї компанії, переглянути існуючі бізнес-процеси. Тому в таких обставинах керівникам доводиться вкладати кошти не тільки у виробництво, але і в управлінські технології.

Існує й інший аспект звернення до контролінгу. Підприємство розвивається успішно, коштів вистачає – чому б не придбати хорошу систему управлінського обліку та бюджетування?

Необхідність створення на сучасних підприємствах контролінгу також можна пояснити наступними чинниками:

- зростання нестабільності і нездатність реагувати на зміни ринкового середовища, що потребує додаткових вимогах до системи управління підприємством;

- перехід уваги з контролю минулого на аналіз майбутнього;

- необхідність в безперервному спостереженні за змінами, які виникають у

зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства;

- потреба в продуманій системі дій щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства та запобігання кризових ситуацій і т.д.

Головною метою розвитку сучасних підприємств навіть в умовах кризи є забезпечення їх активності щодо виконання всіх господарських функцій і досягнення високого рівня успішності за основними напрямками підприємницької діяльності. Таким чином, досягнення поставлених цілей будь-якого підприємства неможливо без ефективного процесу управління фінансово-господарською діяльністю, його підсистеми управління витратами, підсистеми управління прибутковістю і підсистеми управління ризиками. Контролінг витрат являє собою систему, яка дозволяє в сучасних умовах оптимізувати процес управління витратами всіх функціональних видів діяльності підприємства за допомогою інформаційної, методичної та організаційно-координуючій підтримки та яка дозволяє оптимізувати рівень витрат і збільшити рівень ефективності від їх здійснення [1].

Система управління витратами підприємства завдяки механізму контролінгу може вважатися ефективною тільки в тому випадку, якщо вона не тільки дозволяє раціонально використовувати наявний ресурсний потенціал, а й забезпечує активний системний пошук можливостей подальшого зниження витрат і, відповідно, забезпечувати розвиток підприємства як на поточний момент часу, так і в довгостроковій перспективі.

Існують деякі рекомендації побудови і покращення системи управління витратами в сучасних умовах за допомогою: виявлення головних понять і процесів системи управління витратами в системі контролінгу; виявлення проблем формування, які на сьогодні існують, та контролю витрат на підприємстві; побудова моделі управління витратами на етапі бюджетування в системі контролінгу; побудова інформаційно-інтегрованої системи контролінгу для загального використання менеджерами на підприємстві; адаптації документообігу, який існує, до обраної інтегрованої інформаційної системи

контролінгу на підприємстві; поділу відповідальності за формування і вдосконалення механізму мотивації персоналу і стимулювання співробітників до того, щоб раціонально використовувати ресурсний потенціал підприємства.

Контролінг витрат займає чи не найважливіше місце в системі управління довгостроковим розвитком підприємства. Концепція контролінгу витрат є ядром, навколо якого об'єднуються основні елементи управління довгостроковим розвитком підприємств, а саме: різні категорії бізнес-процесів та їх витрати; сформовані на підприємстві центри відповідальності; процеси планування і бюджетування, які сформовані на основі підприємницьких центрів відповідальності; управлінській і стратегічній обліки, які засновані на основі центрів відповідальності; система стратегічного управління, яка побудована на аналізі ланцюжка цінностей, стратегічного позиціонування і чинників, які утворюють витрати; інформаційні потоки, за допомогою яких можна швидко закріплювати наявний стан виконання бюджетів центрів відповідальності; моніторинг і аналіз результатів протікання процесів і фінансово-господарської діяльності в цілому; виділення підстав відхилень і формування дій, які здійснюються в рамках центрів відповідальності; створення унікальних, ефективних і оптимальних для конкретного підприємства технологій вирішення управлінських завдань, що становлять основу його адаптивності до умов діяльності [2].

Контролінг витрат – це система, що забезпечує координацію інформаційних підсистем, трансформує інформацію в корисну для прийняття рішень, забезпечує інформаційну підтримку управління [3].

Отже, раціональне управління витратами на підприємстві за допомогою інтегрованої системи контролінгу створює відповідний запас міцності і підвищує його ефективність, тобто підприємство посилює здатність до захисту своїх ринкових інтересів і отримує можливість при інших рівних умов отримати більший прибуток або створити необхідний запас ресурсного потенціалу для майбутнього розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бердар М. М. Контролінг як сучасна концепція управління промисловим підприємством. *Економічна наука*. 2016. №11. С. 39–43.
2. Дашко І. М. Стратегічний контролінг на підприємстві: його сутність, значення, основні методи та інструменти. *Економічна наука*, 2016. №20. С. 25–29.
3. Остапенко Т. М. Інформаційне забезпечення контролінгу витрат. *Проблеми економіки*. 2013. № 4. С. 375–383.

УДК 338.24

Н. Сурженко, к.е.н, доцент
доцент кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

СТРУКТУРА РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК СКЛADOVA ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ

Анотація: проаналізовано структуру ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства, визначено проблеми підвищення ефективності його використання та запропоновано напрями удосконалення наявного ресурсного потенціалу підприємства.

Ключові слова: ресурсний потенціал, організаційний механізм управління, інструментарій управління; стратегічне планування, менеджмент.

Сьогодні розвиток підприємств відбувається в умовах радикальних змін у зовнішньому середовищі та високих темпів збільшення обсягів інформації. Зважаючи на це ключове значення для забезпечення прибуткового функціонування підприємства мають стратегічне планування його діяльності і підтримка прийняття ефективних управлінських рішень в усіх сферах господарювання.

При формуванні структури ресурсного потенціалу ТОВ «Ново-Терра» Приазовського району Запорізької області, вважаємо, слід дотримуватись комплексного підходу менеджменту, що передбачає врахування найважливіших аспектів діяльності: організаційних, економічних, екологічних, інноваційних. Формування потенціалу ТОВ «Ново-Терра», як процесу, можна розділити на 2 етапи: формування потенціалу адаптивності до зовнішнього середовища та формування внутрішнього потенціалу підприємства.

Процес формування потенціалу у ТОВ «Ново-Терра» можна представити у вигляді окремих етапів. Перший етап полягає у детальному дослідженні економічних, соціальних, політичних факторів, що здійснюють вплив на реалізацію можливостей ТОВ «Ново-Терра». На нашу думку, слід приділити увагу нормативно-правовим актам, що регулюють діяльність підприємств в

обраній галузі, а також на конкурентоспроможність підприємства для забезпечення потенціалу необхідними ресурсами з метою реалізації розробленої стратегії розвитку. Другий етап полягає в розробленні програми по кожному напрямку, а саме формування ресурсної бази, організаційного апарату, кадрового складу, інноваційного базису. Окремим етапом є процес формування соціального потенціалу ТОВ «Ново-Терра», що виникає на базі загального соціального потенціалу суспільства, що є невід'ємною ланкою в формуванні потенціалу підприємства.

При формуванні соціального потенціалу необхідно враховувати такі компоненти ТОВ «Ново-Терра»: рівень корпоративної культури; умови праці співробітників; соціально-психологічний клімат в колективі; взаємовідносини з контрагентами зовнішнього оточення. Складністю, що виникає під час формування потенціалу є необхідність зв'язати всі компоненти між собою та підпорядкувати їх головній стратегії підприємства.

Системне формування потенціалу та врахування закономірностей взаємозв'язку компонентів створює підґрунтя для досягнення ТОВ «Ново-Терра» стратегічних, тактичних, оперативних цілей, підвищення рівня конкурентоспроможності на національному та місцевих ринках.

Дослідження проблеми ефективності потенціалу дозволяє стверджувати, що на підприємстві не приділяється значної уваги проблемі зв'язку потенціалу із впливом зовнішнього середовища. Запропонована модель формування потенціалу і його розвитку в ТОВ «Ново-Терра» дозволяє враховувати впливи зовнішнього середовища, напрями розвитку внутрішнього потенціалу, а також роль людського капіталу у формуванні соціального потенціалу підприємства.

Формування підприємством ресурсного потенціалу на основі даного підходу дозволяє окреслити стратегію розвитку, підвищити ефективність використання потенціалу, забезпечити належний рівень конкурентоспроможності в перспективі [3,4].

Базовою складовою ресурсного потенціалу ТОВ «Ново-Терра» є капітал.

Він є фактором виробництва і розглядається як сукупність засобів праці, які використовуються у виробництві продукції. Розвиток сільськогосподарського виробництва у ТОВ «Ново-Терра» значною мірою залежить від розміру капіталу, що уречевлений у матеріально-технічній базі, його якісного складу. Економічне значення цього капіталу полягає в тому, що він є мірилом і основою розвитку продуктивних сил сільського господарства, забезпечуючи відповідний рівень і темпи збільшення виробництва продукції та підвищення продуктивності праці.

Необхідно звернути окрему увагу на стан використання іншої основної складової ресурсного потенціалу підприємства – земельних угідь, які є у розпорядженні товариства шляхом оренди земельних паїв у селян. Земля є неодмінним атрибутом людського існування, і в сільському господарстві земля виступає як предмет праці.

Сільському господарству наука пропонує різні варіанти ощадливого обробітку ґрунту. Особливу зацікавленість для ТОВ «Ново-Терра» викликає ресурсозберігаюча технологія нульового обробітку ґрунту – No-till. Така технологія забезпечує підвищення продуктивності праці у землеробстві у 4 рази, економію пальномастильних матеріалів, металу, амортизаційних витрат машинно-тракторного парку, запасних частин при нинішніх світових цінах і зниження сумарних витрат на 1 га на 50-90 дол. США порівняно з традиційною технологією.

Інноваційність здійснення виробничо-технологічних процесів у сільськогосподарських підприємствах охоплює і аспекти використання в них екологічно безпечних та середовище захисних технологій органічного характеру, що, з одного боку, забезпечує вищий рівень ефективності використання відповідного ресурсного потенціалу цих підприємств, а з другого боку – вимагає відповідно підвищених вимог до формування його структури на відповідному інноваційному рівні.

Аналіз структури ресурсного потенціалу ТОВ «Ново-Терра», дозволив вказати, що різнонаправленими за напрямками є тенденції у зміні питомої ваги

таких складових його ресурсного потенціалу як оборотні кошти і трудові ресурси. Розмір частки оборотних коштів обумовлений різними чинниками, основним з яких є зміни в обсягах виробництва та структурі продукції, в для трудових ресурсів причиною зростання частки є збільшення обсягів витрат на оплату праці. Оцінка управлінських ресурсів здійснена за обсягом прибутку, який за останній рік істотно зменшився.

Підвищення ефективності використання наявного ресурсного потенціалу підприємства ТОВ «Ново-Терра», можливе різними шляхами - через інтенсифікацію виробничих процесів, удосконалення структури ресурсів і їх складових, через кращу організацію бізнес-процесів, диверсифікацію виробництва тощо.

Процес формування та відтворення ресурсної бази сільськогосподарських підприємств лежить у площині завдань тактичного і стратегічного управління, що здійснюється під впливом зовнішнього середовища, утвореного інституційною системою. Проведений аналіз досліджуваного вища дав можливість виділити три основні типи сценаріїв дальшого здійснення реалізації процесу формування і підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства і на цій основі – ефективного його розвитку [1, 2, 5].

– сценарій 1 – інтенсифікація використання наявного потенціалу – такий тип сценарію є вимушеним – підприємство «змушене» максимально ефективно використовувати наявний ресурсний потенціал у зв'язку і з тим, що воно не має коштів для здійснення оновлення чи інноватизації свого ресурсного потенціалу та зміни його структури з метою її оптимізації і дальшого розвитку на якісно новій основі, а взяти ці кошти зі сторони (типу кредиту) не має знову ж таки фінансової змоги, в т.ч. і внаслідок своїх недостатніх для цього масштабів виробництва;

– сценарій 2 – інтенсифікація використання наявного потенціалу та інвестування у його формування з метою удосконалення його структури для

створення основ для розвитку нових галузей та диверсифікації підприємницької діяльності ;

– сценарій 3 – інноваційно-трансформативно-структуральний. Сценарій 3 також не виключає процесів інтенсифікації використання наявного ресурсного потенціалу але його основою є структурне інвестування у формування якісно нового ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств.

Пропоновані сценарії розвитку і удосконалення ресурсного потенціалу мають за мету розширити виробничі можливості сільськогосподарського підприємства та підвищити їх фінансово-економічну стійкість в змінному середовищі.

Інтенсифікація виробництва ТОВ «Ново-Терра», повинна здійснюватись у відповідності з першим сценарієм, бути тісно зв'язана з поліпшенням використання наявних ресурсів, оскільки це, по-перше, безпосередньо впливає на обсяг і собівартість продукції, по-друге, дає можливість досягти бажаної мети без залучення додаткових ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Бесенюк В.М. Ресурсний потенціал агроформувань у забезпеченні ефективного господарювання. *Економіка: проблеми теорії та практики*. Випуск 193: В 5 т. Том I. Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. С. 158 – 168

2. Богуцька Н.М. Ресурсний потенціал підприємства та проблеми його оцінки: URL:http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/57474.doc.htm

3. Бурковський І.Д. Матеріально-ресурсний потенціал аграрного сектора України: стан та напрями розвитку. *Економіка АПК*. 2014. № 3. С. 26 - 29

4. Мельник А. Ф., Васіна А. Ю., Желюк Т.Л., Попович Т. М. .Національна економіка. К. : Знання, 2011. 463 с

5. Андрушків Б., Мельник Л., Погайдак О. Шляхи підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2012. Вип. 27. С. 3-7.

УДК 631.15:631.3

В.И. Тарасов, к.э.н., доцент
кафедры организации производства,
К.А. Джикия, к.с-х.н., доцент
кафедры организации производства,
Н.С. Митенев, студент 4 курса магистратуры,
Российский государственный аграрный университет –
МСХА имени К.А. Тимирязева

ТЕХНИЧЕСКАЯ ОСНАЩЕННОСТЬ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: приведены результаты анализа наличия техники в сельскохозяйственных организациях России за период 2000-2019 годы, выявлены причины низкой технической оснащённости и предложены пути ее повышения в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: техническая оснащённость, платежеспособность, диспаритет цен, государственная поддержка, цифровая экономика.

В настоящее время техническая оснащённость сельского хозяйства находится еще на достаточном низком уровне, и не позволяет производить достаточное количество сельхозпродукции и сырья для нужд страны и поставки ее на экспорт. Техническая обеспеченность сельского хозяйства значительно отстает от нормативной и составляет 40...60% к уровню нормативной потребности, а 50...80% отдельных видов сельхозтехники выработали срок службы и полностью износились [1, С. 19].

Главная причина этого – низкая платежеспособность большинства сельских товаропроизводителей, не позволяющая им приобретать достаточное количество новой высокопроизводительной сельхозтехники. Значительно влияет на это и диспаритет цен на сельскохозяйственную технику и сельхозпродукцию [2, С. 44].

На протяжении многих лет происходило снижение технической оснащённости сельского хозяйства. Динамика изменения парка основных видов техники в сельскохозяйственных организациях России приведена в табл. 1.

Из табл. 1 видно, что за анализируемый период произошло значительное сокращение сельскохозяйственной техники, а по некоторым видам и многократное.

Таблиця 1

Парк основных видов техники в сельскохозяйственных организациях России (на конец года; тысяч штук) [3]

Вид техники	Годы						2019г. к 2000 г. %
	2000	2015	2016	2017	2018	2019	
Тракторы	746,7	233,6	223,4	216,8	211,9	206,7	27,7
Комбайны							
зерноуборочные	198,7	61,4	59,3	57,6	56,9	55,0	27,6
кукурузоуборочные	4,4	0,8	0,7	0,7	0,6	0,5	11,3
кормоуборочные	59,6	14,0	13,3	12,7	12,3	11,8	19,8
свеклоуборочные	12,5	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	16,8
картофелеуборочные	10,0	2,3	2,2	2,1	2,0	1,8	18,0

Такое снижение парка сельхозтехники происходит по причине меньших объемов приобретения техники по сравнению с ее списанием (табл. 2).

Таблиця 2

Приобретение новой и списание техники в сельскохозяйственных организациях России (в процентах к наличию на конец года)*

Вид техники	Годы					
	2000	2015	2016	2017	2018	2019
Тракторы	1,9	3,0	3,3	3,6	3,4	3,4
	6,2	4,6	4,1	3,7	3,6	3,5
Комбайны:						
зерноуборочные	2,1	5,3	6,6	6,4	5,6	5,4
	6,8	5,9	5,7	5,3	4,8	4,8
кукурузоуборочные	3,4	8,4	4,1	2,8	3,3	3,1
	12,0	10,5	9,3	7,6	5,7	5,5
кормоуборочные	3,3	4,1	5,0	5,0	4,6	4,3
	9,5	7,3	6,5	6,2	5,9	5,7
свеклоуборочные	2,2	4,3	7,6	6,9	5,9	5,6
	8,6	8,2	5,7	7,1	6,5	6,3
картофелеуборочные	1,5	3,9	3,2	4,0	4,2	4,0
	12,6	5,0	4,6	5,5	5,7	5,4

* Приобретение приведено в числителе, списание – в знаменателе. Составлено автором по [3]

Проведенный анализ обеспеченности сельского хозяйства техникой показал, что тенденция к сокращению продолжается на протяжении всего рыночного периода экономики и необходимые условия для полного переоснащения пока еще не созданы. Особенно эта тенденция усилилась в настоящее время – в условиях финансово-инвестиционного кризиса.

И как следствие этого, наше сельское хозяйство характеризуется низкой

обеспеченностью энергетическими мощностями. Так, в 2019 году на 1000 га пашни приходилось тракторов – 3 шт., зерноуборочных комбайнов – 2 шт. на 1000 га посевов зерновых культур. В сравнении со странами, обладающими высоким развитым сельским хозяйством: в Аргентине – 8 шт., Канаде – 16 шт. Самый высокий показатель у Германии – 64 шт. Схожая ситуация и по комбайнам. В США – 17,9 шт., Канаде – 7 шт., а в странах ЕС – 11,5 шт. [1, С. 20].

Низкая обеспеченность парка сельхозтехники на 1000 га посевов в России ограничивает технические возможности отечественных сельхозпроизводителей, снижает производительность труда и урожайность в сельском хозяйстве. Например, в США энергообеспеченность на каждый гектар составляет 8,5 л. с., нагрузка на один трактор – 38 га, на комбайн – 63 га, а урожайность зерновых превысила 68 ц с га. В России энергообеспеченность 0,58 л. с. на гектар, 337 га нагрузки на трактор и 354 га – на комбайн, при урожайности зерновых культур – 25,4 центнера с гектара [1, С. 21].

В решении проблемы технической оснащенности сельхозпроизводства необходимо повышение роли государства, в том числе в оказании содействия по освобождению хозяйств от долгов, предоставления субсидий и других мер поддержки. Одна из мер государственного участия предусмотрена постановлением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2012 г. №1432 «Об утверждении правил предоставления субсидий производителям сельскохозяйственной техники». Согласно этому постановлению государство поддерживает продажи отечественных сельхозмашин с 2013 г., субсидируя скидку в 25-30 процентов в зависимости от региона. В 2014 г. субсидии составили 1,6 млрд руб. (на такую сумму машиностроители предоставили скидки покупателям техники), в 2015 г. – 5,2 млрд. руб., а в 2016 г. – 10 млрд. руб. В итоге село купило 17 тыс. ед. техники, произведенной в России [4, С. 122].

В конце 2019 года было прекращено действия постановления № 1432 и переходе на субсидирование отрасли через механизм льготного лизинга. Можно предположить, что в новых экономических условиях динамика рынка

сельскохозяйственной техники будет также зависеть от уровня государственной поддержки.

Но обновление сельхозтехники должно быть не столько количественное, сколько качественное. Приобретение новой многофункциональной техники и техническое переоснащение отраслей сельского хозяйства на базе роботизации и компьютеризации в рамках цифровой экономики будет способствовать повышению производительности труда, а также внедрению рационального и бережного использования аграрного потенциала территорий. При формировании перспективной системы машин необходимо предусматривать создание и освоение технологических комплексов у товаропроизводителей с разным уровнем концентрации с минимальными затратами труда, средств, энергии [4, С. 123].

При этом основной путь увеличения технической оснащенности сельского хозяйства – это увеличение доли отечественной техники, предусмотренной Стратегией развития сельскохозяйственного машиностроения России на период до 2030 года утвержденной Правительством в 2011 году. В указанных Стратегии и Доктрине продовольственной безопасности декларируется, что одной из основных проблем российского рынка сельхозтехники является «отсутствие стабильного платежеспособного спроса на внутреннем рынке» и предлагаются меры по ее повышению.

Для выполнения программы переоснащения сельского хозяйства техникой необходимо использовать все элементы цифровой экономики. Инновации при воплощении цифровой экономики существенно повысят производительность труда, эффективность различных видов производств, технологий, оборудования, хранения и продажи техники [5, С. 106].

Таким образом техническое переоснащение сельского хозяйства будет способствовать росту сельхозпроизводства в России.

Список использованных источников:

1. Чекмарев, П. А. Не время бить в литавры или в набат [Текст]. *Журнал*

«АГРОМАШ». № 3(26) сентябрь 2016. – С. 19-26.

2. Тарасов, В. И. Проблемы воспроизводства сельскохозяйственной техники и основные направления их решения [Текст]. *Вестник ФГБОУ ВПО МГАУ им. В.П. Горячкина*. № 2(78). 2017. С. 42-48.

3. Агропромышленный комплекс России в 2019 году. М. 2020. URL: <https://mcx.gov.ru/upload/iblock/2af/2afc2fd5020b9449bc7b85d064ea7b44.pdf> (дата обращения 16.04.2021).

4. Тарасов, В. И. Техническая оснащенность сельхозтоваропроизводителей и пути ее улучшения в условиях цифровой экономики. *Чаяновские чтения: Матер. I Междун. Науч.-практ. конф. по проблемам развития аграрной экономики (14-15 октября 2020 года)*: [Электронный ресурс]: / Текст. дан. и граф. М.: Изд. «Научный консультант», 2020. С. 119-124.

5. Каратаева, О. Г. Каратаев, Г. С. Пуляев, Н. Н. Направления модернизации инженерно-технической системы АПК [Текст]. *Международный технико-экономический журнал*. 2018. № 4. С. 103-109.

УДК 338.4

Л.М. Філіпішина, д.е.н, професор,
професор кафедри економіки і організації виробництва
О.І. Мойсеєнко, студентка IV курсу
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова,
(м. Миколаїв, Україна)

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: Постійні зміни в економічних процесах вимагають від керівництва формування адекватної якісної політики розвитку свого підприємства. Тому в різних підприємствах постає різна необхідність побудови механізму зростання ефективності виробничого потенціалу. Кожному підприємству характерний свій відповідний рівень та стан виробничого потенціалу, що формується в процесі його діяльності. За умов, коли підприємство правильно застосовує всі наявні ресурси та ефективно організовує виробництво – досліджуваний показник є високим та стабільним. Важливим є те, що нерідко при вагомому обсязі та рівні наявних ресурсів, підприємство не в змозі налагодити процес роботи, або, навіть, це призводить до спаду виробничого потенціалу. Тому кожному підприємству необхідно шукати шляхи до його підвищення та активного розвитку до високого рівня.

Ключові слова: виробничий потенціал, ефективність, управління, підприємство.

Основою успіху підприємства за складних економічних умов є формування якісного та результативного механізму управління використанням його виробничого потенціалу, що забезпечить стабільне впевнене конкурентне положення підприємства в галузі.

Дослідження виробничого потенціалу підприємства та управління ним, належить наступним науковцям, таким, як Анчишкін А.І., Лукінов І.І., Черніков Д.А., Свободін В.М., Шевченко Д.К., Іщук С.О., Должанський І.З., Добикіна О.К. та ін. [3].

За сучасного стану розвитку економіки питання якісного та вмілого управління виробничим потенціалом підприємства є передумовою ефективного прибуткового існування, необхідного для досягнення поставлених економічних цілей та вдалого функціонування у майбутньому.

Управління виробничим потенціалом є процесом пошуку найбільш дієвих шляхів покращення його виробничої діяльності, доцільного використання ресурсів, що собою підвищить рівень конкурентного положення підприємства та допоможе йому завоювати вдале становище на ринку. Його основним завданням є можливість зменшити понесені витрати матеріальних, техніко-технологічних, трудових та фінансових ресурсів, вдосконалити використання інформаційних, що допоможе зменшити відходи від виробництва та спрямувати вивільнені кошти у розвиток підприємства. Цей процес обумовлюється не тільки наявністю ресурсів підприємства, але й їхнім розподілом, використанням та вчасним поповненням. Тому виробничий потенціал підприємства доцільно розглядати як об'єкт управління, метою якого є формування і спрацювання потенціалу, що забезпечує виробництво продукції[2].

Формування виробничого потенціалу повинно співпадати з характером діяльності підприємства і цілями, які поставлено перед ним. Оптимальною є така структура, в якій кожна складова забезпечує собою якісне функціонування й розвиток, реалізацію стратегій і досягнення цілей.

Формування виробничого потенціалу показує, що його необхідно розглядати в такій послідовності:

- оцінка вже існуючого потенціалу підприємства;
- визначення обсягу можливого залучення фінансових коштів
- поповнення фінансових ресурсів;
- перетворення фінансових ресурсів в активи;
- оцінка сформованого потенціалу [1].

При цьому виділяють такі основні напрями впливу на формування виробничого потенціалу підприємства:

- зовнішній: до нього відносять політичну ситуацію в країні, її загальний соціально-економічний стан, та інвестиційну привабливість;
- внутрішній: до нього відносяться рівень корпоративного управління та його стан, кваліфікованість працівників, забезпеченість їх засобами праці, їх

якість та рівень модернізації, що забезпечує виготовлення якісної продукції [4].

Перелік необхідних заходів для усунення слабких місць при управлінні виробничим потенціалом підприємства залежить від того, яка саме його складова відхиляється від раніше запланованого рівня. Тому після виявлення проблемної складової необхідно саме через неї розробити комплекс дій з покращення [3].

Стратегія поліпшення управління виробничим потенціалом має бути зосереджена:

- на розвитку та вдосконаленні загальної системи управління, його складовими для забезпечення аналізу та подальших ефективних рішень, що виробить позитивний вплив на досліджуваний показник;

- на удосконаленні організаційних структур управління потенціалом та їх методів здійснення;

- на вдосконаленні технічного рівня і якості продукції, що виробляється, через використання автоматизації обладнання;

- на покращення інформаційної та інноваційної системи керування виробничим потенціалом;

- використання досвіду іноземних партнерів із забезпечення необхідного розвитку управління виробничим потенціалом [4].

Доцільно виділити такі напрями покращення управління:

- вчасне виявлення показників які покращують організацію бізнес-процесів;

- розробка системи заходів для вдосконалення організаційної структури;

- вдосконалення управління виробничими ресурсами та запасами підприємства;

- поліпшення якості продукції та оптимізація інноваційної діяльності [6].

Головна мета виробничого підприємства у наш час – це ведення максимально прибуткової діяльності для забезпечення стабільного розвитку, що неможливо без застосування ефективного управління потенціалом. Пошуки резервів для збільшення прибутковості підприємства та його розвитку, для забезпечення ефективної діяльності, є основною задачею діяльності керівництва.

Для вдосконалення використання виробничого потенціалу підприємства необхідно проаналізувати, оцінити, і в підсумку – вдосконалити кожен з його складових: фінансову, матеріальну, техніко-технологічну, трудову та інформаційну.

Першочерговим етапом в покращенні досліджуваного показника є пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу, що забезпечило б максимальну рентабельність власного капіталу за мінімальних фінансових ризиків, аналіз собівартості продукції та її складових, аналіз попиту на продукцію з метою розширення ринку та усунення непопулярних товарів, а також дослідження дебіторської заборгованості з метою зменшення її розміру [5].

Також доцільним є створення та забезпечення функціонування раціональної збутової системи, підкріпленої впровадженням сучасних систем, що допоможе управлінському складу слідкувати за перебігом виробничих операцій, поточним балансом ресурсів, виробленою продукцією та її кількістю, а також зорганізує допомогу при фінансовому менеджменті та управлінні трудовими ресурсами підприємства.

Одним з показників покращення виробничого потенціалу є впровадження у виробництво оновлених основних засобів, що сприятиме собою подальше збільшення обсягів та якості виготовленої продукції.

Важливим також є слідування досягненням НТП, що підвищує рівень автоматизації процесу виробництва, сприяє покращенню продуктивності праці та показує ступінь та якість використання трудового персоналу, дозволяє економити матеріальні витрати.

Для позитивного впливу на матеріальну складову, управлінському складу підприємства слід привернути увагу на покращення системи постачання ресурсів, їх раціоналізацію у використанні, забезпечення відповідного обладнання, що допоможе зменшити рівень відходів виробництва.

Ефективне управління трудовою складовою підприємства як частини

виробничого потенціалу можливе за удосконалення системи оплати праці, створення можливості розвитку наявного потенціалу робітників, їх здібностей та якостей, стимулювання внутрішніх мотивацій.

Не менш важливим для підприємства є прагнення його працівників до саморозвитку, самовдосконалення та самонавчання.

Для покращення використання інформаційної складової доцільним буде модернізація старих та впровадження нових сучасних технологій з управління інформаційними ресурсами.

Керівникам підприємств при плануванні стратегічного розвитку необхідно передбачати перелік заходів, що допоможе раціонально реалізувати наявні можливості та потенціал. Особлива увага має бути звернута на людські ресурси, адже вони відіграють фундаментальну роль у формуванні та подальшому використанні виробничого потенціалу, та своєю діяльністю здійснюють вагомий внесок у його нарощення.

Наведені вище заходи дозволяють досягти свого головного завдання – підвищення ефективності управління виробничим потенціалом. Їх впровадження підводить до збільшення виробництва через планування розвитку підприємства, що полягає в розробці та реалізації заходів з використання та покращення наявного стану: повніше задоволення потреб населення через збільшення випуску та якості продукції, підвищення віддачі вже існуючого виробничого потенціалу, зниження собівартості продукції що виробляється на підприємстві, покращення показника рентабельності виробництва і раціонального використання усіх його ресурсів.

Отже, виробничий потенціал підприємства являє собою потенційну спроможність збільшити виготовлення продукції такої якості, асортименту та номенклатури, яка буде повністю задовольняти ключові параметри попиту споживачів ринку. Визначення ефективності управління виробничим потенціалом, є значимою проблемою для керівників, вирішення якої необхідно здійснювати за урахуванням важливості оцінки та розробки плану дій з

покращення всіх видів економічних ресурсів: фінансових, матеріальних, трудових, техніко-технологічних та інформаційних, з розподілом їх впливу на внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства.

Зростання та становлення підприємства, досягнення стратегічних та економічних його цілей, тісно пов'язані з управлінням виробничим потенціалом підприємства, що виступає невід'ємним впливом керівника на виробничу діяльність підприємства та процеси що з нею пов'язані. Управління виробничим потенціалом підприємства вимагає від керівника гнучкості до зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, приділення уваги його формуванню, використанню, зростанню та оцінці. Для ефективного управління необхідно розробити свою власну систему, яка буде враховувати всі наявні параметри зростання виробничого потенціалу, стан і склад ресурсів щодо їх використання, що полягає у зміні підходів до управлінської складової певного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Захаренко М.М. Теоретичні засади управління виробничим потенціалом підприємства. Агросвіт. 2018. № 23. С. 59-65.

2. Кобрин Л.Й. Застосування інструментів управління виробничим потенціалом з метою підвищення результативності діяльності підприємства. Наукові записки. 2019. №1 (58). С. 132-138.

3. Левченко Ю.Г., Ратушняк Ю.Ю. Теоретичні основи формування та використання виробничого потенціалу підприємства. Молодий вчений. 2018. №12. С. 623-626.

4. Остапенко Т.В. Виробничий потенціал підприємств АПК: поняття та оцінка. Молодий вчений. 2014. №4. С. 100-104.

5. Пріб К.А., Патица Н.І. Діагностика в системі управління: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 432 с.

6. Терещук Н.С., Погасій О.Г. Управління виробничим потенціалом підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/217.pdf> (дата звернення 05.04.2021).

УДК 336.74

Л.И. Хоружий, д.э.н., профессор
кафедры бухгалтерского учета и налогообложения
М.Н. Бешапошный, к.э.н., доцент
кафедры политической экономии
Ю.Н. Катков к.э.н., доцент
кафедры экономической безопасности, анализа и аудита
РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева

ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ, КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОСТИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы появления цифрового рубля, как возможности повышения устойчивости всей финансовой системы страны, как при внутренних расчетах, так и на международных рынках капитала, товаров, услуг.

Ключевые слова: цифровой рубль, финансовая система, расчеты между участниками финансовых отношений, снижение мошенничества в сфере денежного обращения.

Проблемы финансовой безопасности личности, как основного инструмента обеспечения устойчивости финансовой системы государства во все времена были поводом для проведения научных исследований, так как от эффективной работы финансовой системы в данном направлении зависит практически любое взаимодействие домохозяйств, государства и бизнеса [1].

Бизнесу важно знать не только правила игры в финансовом секторе экономической деятельности, но и быть уверенным неизменности данных правил в среднесрочной и долгосрочной перспективах [3].

Государство ставит во главу угла устойчивость финансовой системы и ее эффективность, как в краткосрочном временном периоде, так и на долгосрочной перспективе [4].

Цифровые деньги давно стали привычным атрибутом жизни граждан, однако до настоящего времени их работа сталкивается с целым комплексом проблем особенно в вопросах мошенничества

Личная финансовая безопасность представляет собой комплекс мер по взаимодействию граждан, как между собой, так и с финансовыми институтами

и инструментами.

Следует признать, что в последнее время участились случаи обмана и мошеннических действий по отношению к гражданам.

Мошенники используют достаточно широкий набор средств воздействия, постоянно расширяя комплекс изобретательности и принося тем самым большой материальный ущерб, как гражданам, так и всей финансовой системе.

Можно предположить, что основой любых противоправных действий со стороны мошенников по отношению к гражданам является простая халатность, а также желание заработать на тех продуктах, которые предлагаются в подобного рода схемах [2].

Самая распространенная категория мошенничества заключается в обычном обмане человека, когда по звонку предлагается перевести деньги в различного рода счета с целью их сохранения.

Самая распространенная практика, когда людей пугают тем, что к их финансовым счетам или банковским картам кто-то получил несанкционированный доступ, а далее предлагают перевести средства на «безопасный счет». При всей ясности данной схемы в нее попадает достаточно большое количество граждан, причем многие даже не пытаются обращаться в правоохранительные органы, полагая, что найти преступников крайне затруднительно.

В итоге граждане теряют честно заработанные денежные средства, а мошенники незаконно обогащаются, причем, уровень раскрываемости подобных преступлений действительно, крайне низкий.

Следует признать, что человечество, изобретая электронные деньги, не рассчитывало на то, что их хождение будет сопровождаться целым комплексом проблем, однако, развитие цифровых технологий не остановить и государства всего мира просто вынуждены будут использовать электронные деньги, как внутри стран, так и для межгосударственных расчетов.

Именно поэтому в своей работе мы попытаемся сформулировать не только

проблемы хождения цифрового рубля, но и наметить основные направления их решения.

Для начала следует отметить, что современная единая система денежного обращения в Российской Федерации подразумевает существование трех форм рубля:

- 1) В форме наличных денежных средств;
- 2) В форме безналичных денежных средств;
- 3) В цифровой форме.

Причем за цифровой рубль, как форму обращения, ЦБ России активно взялся с начала 2021 года. По нашему мнению, для такого подхода к реформированию системы денежного обращения существует несколько определяющих моментов:

- 1) Прошедшая в стране самоизоляция в период пандемии продемонстрировала важность и необходимость развития электронного денежного обращения;
- 2) Высокая доля так называемого серого сегмента экономики с низкой степенью прозрачности;
- 3) Проникновение цифровых технологий в жизнь граждан и организаций;
- 4) Снижение издержек связанных с выпуском, хранением, транспортировкой наличных денег.

Отметим, что окончательное решение о выпуске цифрового рубля не принято, но все предпосылки для его появления уже в текущем 2021 году имеются в достаточном количестве, поэтому ЦБ активно продвигает данный проект.

По нашему мнению, крайне важно сделать проект внедрения цифрового рубля прозрачным и понятным для всех категорий граждан и организаций.

Фактически цифровой рубль будет представлять собой особую форму валютного обращения, и обладать всеми атрибутами наличных и безналичных денег, дополняя их в тех секторах, где в настоящее время имеются нерешенные

проблемы денежного обращения.

В современной российской экономике деньги, которые используют граждане и бизнес, существуют в двух формах – наличные рубли, эмитируемые Банком России, и безналичные рубли – в виде средств на счетах в Банке России и в коммерческих банках. При этом коммерческие банки имеют счета в Банке России (корреспондентские счета), которые используются для расчетов между банками и банков с Банком России.

Цифровой рубль будет дополнительной формой российской национальной валюты и будет эмитироваться центральным банком (Банком России) в цифровой форме. Иными словами, цифровой рубль будет являться цифровой валютой российского центрального банка (далее – ЦВЦБ).

В заключении проведенного исследования можно сказать, что новые цифровые технологии уже прочно вошли в нашу повседневную жизнь и мы не представляем уже без их применения практически ни одну отрасль экономики и систему финансов.

Вместе с тем, следует признать и тот факт, что есть недоработки в части защиты данных, несанкционированного доступа, кибермошенничества, но данные вопросы можно и нужно решать, как на микроуровне, так и на макроуровне развития систем цифрового рубля.

По нашему мнению, необходимо ЦБ РФ и монетарным властям обратить внимание при организации работы с цифровым рублем на следующие направления:

- 1) Безопасность системы цифрового рубля;
- 2) Создание инфраструктуры хождения цифрового рубля;
- 3) Разработка системы бонусов за использование данной формы расчётов;

Если данные условия будут выполнены, то есть все основания полагать что система цифрового рубля будет эффективна, как для государства, так и для бизнеса и домохозяйств.

Список использованных источников:

1. Грищенко В. Денежный мультипликатор в современных финансовых системах. [Текст]. *Деньги и кредит*. 2017. № 9.
2. Бесшапошный М. Н. Институциональная составляющая преобразований земельных ресурсов АПК. [Текст]. *Казанская наука*. 2011. № 4 С. 37-39.
3. Бесшапошный М. Н. (2019) Проблемы отражения стоимости в современной экономической теории [Текст] В книге: Политэкономические императивы развития. Монография. Ответственные редакторы М. Л. Альпидовская, А Г. Грязнова. Москва. С. 206-210.
4. Besshaposhny M.N., Dzhancharova G.K. The reasons of intersectoral value and price disproportions in the light of marxist theory. [Текст] В сборнике: Marx and Modernity: A Political and Economic Analysis of Social Systems Management. Сер. "Advances in Research on Russian Business and Management" Москва, 2019. С. 331-342.

УДК 332:631.51

В.А. Худавердієва, к. екон. наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, економіки та маркетингу
Харківська державна зооветеринарна академія
(м. Харків, Україна)

НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО КОМПЛЕКСУ НА МАКРОРІВНЯХ

Анотація: у статті розглянуто питання підвищення конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу України на основі реалізації заходів щодо виходу національних виробників на зовнішні ринки.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, зовнішній ринок сільськогосподарської продукції, стратегії виходу на зовнішній ринок.

Вихід сільськогосподарських підприємств на зовнішні ринки все частіше набуває суттєвого значення через глобалізацію ринків, можливості отримання додаткових прибутків, подальшого розвитку та забезпечення конкурентоспроможності власного підприємства. В теперішній час головною особливістю українського ринку сільськогосподарської продукції є значне перевищення виробничих потужностей над фактичним рівнем виробництва [1].

Розглядаючи зовнішню діяльність підприємств АПК, можна сказати, що через виходи на ринок нових підприємств з більш конкурентоспроможними цінами та умовами, ситуація набирає гострий характер. Україна на сьогоднішній день має великий експортний потенціал і нажалі не може його реалізувати [2].

Розробка зовнішньоекономічної стратегії для підприємств агропромислового комплексу ускладнюється необхідністю врахування особливостей формування кон'юнктури світових ринків, що значною мірою залежить від впливу природних чинників – сезонності, кліматичних умов, ймовірності стихійного лиха, а також змін у структурі попиту, пов'язаних з альтернативним використанням сільськогосподарської продукції, а саме злакових, цукру, насіння масляних культур та рослинних олій, для задоволення потреб швидкозростаючої індустрії біопалива [3].

Соколовська В.В. при формуванні стратегії виходу конкретного агропідприємства на зовнішні ринки пропонує в своєму дослідженні здійснювати наступні кроки: 1) визначитись з лідером щодо продукції, з якою будуть виходити на зовнішній ринок; 2) вибрати стратегію послідовного експорту («гонка за лідером»); 3) зібрати інформацію щодо виходу на зовнішні ринки лідерів-виробників. На основі зібраної інформації сформувати портфель стратегій для подальшого впровадження [4].

Поряд з використанням традиційних заходів, що стимулюють економічне зростання агропродовольчого виробництва, стратегія передбачає нові додаткові цільові заходи державної підтримки. Це заходи із залучення інвестицій на технічне переозброєння і модернізацію виробництва, на реалізацію перспективних виробничих та інвестиційних проектів державного та стратегічного значення на основі розвитку приватно-державного партнерства. Це дозволить збільшити масштабність упровадження прогресивних наукоємних технологій, забезпечити більш високі темпи зростання обсягів продукції, в тому числі інноваційної, підвищити експортні продажі агропродовольчої продукції [5, с. 25].

Відомо, що для посилення конкурентоспроможності необхідно, перш за все, використання і впровадження в господарську діяльність інновацій та інноваційних розробок, що, своєю чергою, забезпечує цілу низку конкурентних переваг. Рейтинг України за підіндексом «Інноваційна спроможність» у доповіді 2019 року відповідає 60 місцю, а за підіндексом «Впровадження ІКТ» – 78 (табл. 1).

Таблиця 1

Складові підіндексів «Інноваційна спроможність», «Впровадження ІКТ» для України у 2018-2019 рр.[6, 7, 8]

Інноваційна спроможність			Впровадження ІКТ		
Показник	Ранг 2018 р.	Ранг 2019 р.	Показник	Ранг 2018 р.	Ранг 2019 р.
Різноманітність робочої сили	62	59	Мобільно-стільникові телефонні підписки (на 100 чол.)	33	60
Стан розвитку кластерів	106	96	Мобільні широкопasmові підписки (на 100 чол.)	105	109

Міжнародні спільні винаходи (заявки/млн. населення)	56	55	Підписки на широкосмуговий Інтернет (на 100 чол.)	66	68
Співпраця з багатьма зацікавленими сторонами	56	58	Підписки на оптоволоконний Інтернет (на 100 чол.)	38	46
Наукові публікації H індекс	50	50	Інтернет користувачі (% населення)	83	84
Патентні заявки (заявки / млн. населення)	62	62			
Витрати на дослідження і розробки (% ВВП)	56	67			
Якість дослідних інституцій	44	44			
Вимогливість покупця	74	65			
Заявки на торгові марки (заявки/ млн. населення)	60	59			

Умови, що склались останнім часом в науковому середовищі України (передусім в аграрному секторі), не дозволяють забезпечувати розвиток ефективних конкурентних відносин і конкурентоспроможного виробництва на основі інноваційних засад, головною умовою яких є постійне оновлення технологій, що потребує значних творчих зусиль та насамперед повноцінного інвестиційного процесу, створення адекватного правового поля, нормативно-правової бази тощо, які б стимулювали інноваційний процес і гарантували захист прав його учасників.

Інвестиції грають найважливішу роль на всіх етапах розвитку економіки . Саме інвестиції стають найважливішим інструментом рішення проблем і використання нових можливостей, які виникають в процесі активної інтеграції української економіки в світовий економічний простір. Інвестиційна політика робить вирішальний вплив на діяльність будь-якої сфери народного господарства, у тому числі і сфері АПК. Без інвестицій неможливо реалізувати завдання по структурній перебудові економіки, підвищити технічний рівень виробництва і конкурентоспроможність вітчизняної продукції.

Інвестиції збільшують накопичення інвестора і роблять істотний вплив на розширення виробництва, є основним джерелом, базою збільшення

національного доходу країни. Інвестиційна політика підприємства припускає формулювання довгострокових цілей його діяльності, пошук нових перспективних сфер вкладення вільного капіталу, розробку інженерно-технологічних, маркетингових і фінансових прогнозів, оцінку результатів альтернативних проектів, оцінку наслідків реалізації проектів.

Розвиток економіки країни приводить до поступової зміни структури капітальних вкладень по формах власності. Проте частка інвестицій в державну власність як і раніше залишається найбільшою. В Україні спостерігається негативна ситуація щодо залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. Згідно офіційним статистичним даним, у першому кварталі 2019 року було зафіксовано збільшення інвестицій на рівні 943 млн дол., а в першому кварталі 2020 року – відтік на суму 1,6 млрд дол. Таку негативну ситуацію Національний банк України пов'язує з вилученням реінвестованих доходів підприємств і компаній реального сектору економіки [9]. Розглядаючи проблеми розвитку інвестиційної діяльності особливо слід зазначити недостатню урегульованість процесу інвестування з погляду законодавства.

Світовий досвід доводить, що аграрний сектор необхідно регулювати на макрорівні. Таким чином, державне регулювання є обов'язковим компонентом сучасної аграрної політики та ефективного функціонування аграрної сфери. Причому втручання держави має вирішальне значення не лише для функціонування галузі, а й для збереження і розвитку сільських територій. Тому, об'єктивно необхідним є втручання держави у вирішення екологічних проблем, створення сільської інфраструктури та підтримки соціального балансу між містом і сільською місцевістю [10].

Список використаних джерел:

1. Клепікова В.В. Особливості реалізації стратегії виходу підприємств АПК на зовнішній ринок. «Молодий вчений». № 10 (62), 2018. С. 776-780.
2. Кваша С.М. Трансформаційні перетворення в зовнішньоекономічній діяльності АПК. Вісник аграрної науки. 2000. № 8. С. 71.

3. Шкардун В.Д. Маркетингове основы стратегического планирования. Теория, методология, практика. Дело. 2018. 384 с.
4. Соколовська В.В. Концепція створення стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=341>.
5. Гудзь Ю.Ф. Оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності АПК регіону. Економічний аналіз. 2017. Том 27. № 2. С. 20-28.
6. Писаренко, Т.В. Кваша, Т.К. Рожкова, Л.В. Коваленко, О.В. Інноваційна діяльність в Україні у 2019 році: науково-аналітична доповідь. К.: Укр. ІНТЕІ, 2020. 45 с.
7. The Global Competitiveness Report 2019. URL: [http://www3.weforum.org/docs/ WEF_The Global Competitiveness Report 2019. pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_The%20Global%20Competitiveness%20Report%202019.pdf)
8. The Global Competitiveness Report 2018. URL: [http://www3.weforum.org/docs/GCR 2018/ 05 Full Report/ The Global Competitiveness Report 2018. pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR%202018/05%20Full%20Report/The%20Global%20Competitiveness%20Report%202018.pdf)
9. Скільки іноземних інвестицій надійшло до України у 2020 році URL: <http://slovoidilo.ua.2020/09/04/infografika/finansy>.
10. Купчишина, О.А. Особливості державного регулювання в аграрному секторі. Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наукових праць. ДВНЗ "ПДТУ". Маріуполь. 2017. Вип. 33. С. 109–114. (Серія: Економічні науки).

УДК: 338.432

Л. О. Чіп, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава Україна)

ОЦІНКА МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ОСНОВНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: Ефективна робота підприємства, зміцнення його конкурентних позицій на ринку потребують систематичного контролю показників ефективності виробництва і реалізації продукції, глибокого аналізу і оцінки впливу факторів макро- і мікросередовища. Дослідження ефективності є досить складним питанням через існування різноманітних видів та типів підприємств, відповідних цілей їх функціонування та взаємозв'язків з іншими системами. Це визначає множину підходів оцінки ефективності, які мають відображати цілі діяльності відповідних підприємств і свідчить про багатогранність даної категорії та одночасно складність її обчислення.

Ключові слова: ефективність виробництва, показники ефективності, собівартість, прибуток, рентабельність.

Ефективність виробництва – важливий показник результатів діяльності. Незалежно від виду діяльності у процесі виробництва приймають участь ті чи інші фактори виробництва з метою створення певних споживчих вартостей. Отже будь-яке виробництво передбачає витрачання ресурсів і одержання певних результатів. Необхідність визначення ефективності полягає в тому, що на різних підприємствах одна і та ж кількість ресурсів забезпечує отримання далеко не однакових результатів, що, в кінцевому результаті, відбивається на його фінансово-економічному стані та на забезпеченні самофінансування [1].

Витрати на виробництво продукції утворюють виробничу собівартість; витрати на виробництво та реалізацію продукції – повну собівартість [4].

Собівартість продукції - це грошовий вираз витрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції. Собівартість продукції характеризує ефективність всього процесу виробництва на підприємстві, оскільки у ній відображаються:

– рівень організації виробничого процесу;

- технічний рівень;
- продуктивність праці та інше (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка виробничої собівартості основної сільськогосподарської продукції у
ПП «імені Калашника» Полтавського району, 2015-2019 рр., грн за 1 ц**

Продукція	Роки					Відхилення 2019 р. до 2015 р. +,-
	2015	2016	2017	2018	2019	
Продукція рослинництва - всього	1060,3	974,8	1572,0	2767,5	2606,7	1546,4
Зернові та зернобобові - всього	492,7	548,62	601,59	1480,9	1474,2	225,8
з них: пшениця озима	101,2	166,1	190,2	292,0	554,2	547,5
кукурудза на зерно	128,43	61,32	113,69	477,69	114,33	89,0
ячмінь озимий	0,0	0,0	0,0	235,4	269,3	269,3
ячмінь ярий	94,2	174,2	116,8	265,5	278,5	295,6
горох	168,9	174,0	180,9	210,4	257,9	88,9
соняшник	314,64	120,73	303,63	356,88	544,72	173,1
соя	252,9	305,5	666,8	926,6	587,8	232,5
Продукція тваринництва - всього	4246,2	4330,5	5629,5	7259,9	7753,4	3507,2
приріст великої рогатої худоби	2279,0	2367,2	2970,2	3528,6	3975,4	1696,4
свиней	1604,6	1624,4	2251,9	3142,0	3241,6	1637,1
молоко	362,6	338,9	407,4	589,3	563,4	200,8

Провівши аналіз показників табл. 1 слід відмітити те, що виробнича собівартість основної сільськогосподарської продукції досліджуваного підприємства істотно зростає. На першому місці у 2019 р. знаходиться виробництво сої, її виробнича собівартість становить 587,8 грн/ц, на другому місці озимої пшениці, і тут показник виробничої собівартості становить 554,2 грн/ц, третє місце посідає виробництво соняшнику, а це 544,72 грн/ц.

Щодо тваринницької продукції, то найвища виробнича собівартість по виробництву великої рогатої худоби – 3975,4 грн/ц, на другому місці виробнича собівартість 3241,6 грн/ц, третє місце посіло виробництво молока і це 563,4 грн/ц. Як висновок слід відмітити, що стрімке зростання виробничої собівартості виклик ане різким здорожчанням паливно-мастильних матеріалів, добрив, засобів захисту рослин та кормів.

В сучасних умовах ведення бізнесу при формуванні фінансових ресурсів підприємств збільшується значення прибутку, амортизаційних відрахувань та позичених коштів [3, с. 122]. Саме прибуток висвітлює результати фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання табл. 2.

Таблиця 2

**Динаміка прибутковості виробництва основних видів продукції
ПП «імені Калашника» Полтавського району, 2015-2019 рр., тис. грн**

Види продукції	Роки					Відхилення 2019 до 2015 рр. +,-
	2015	2016	2017	2018	2019	
Продукція рослинництва - всього	2721,0	19138,0	22617,0	36874,6	20080,6	17359,6
Зернові та зернобобові - всього	274,0	8463,0	12715,0	25527,9	12421,1	12147,1
з них: пшениця озима	995,0	2142,0	3219,0	7338,8	224,6	-770,4
кукурудза на зерно	1346,0	3931,0	8527,0	13967,8	8797,9	7451,9
ячмінь ярий	277,0	181,0	382,0	1167,0	4516,6	4239,6
горох	348,0	2209,0	601,0	2922,0	-1304,7	-1652,7
соняшник	1756,0	6819,0	8969,0	9002,6	8977,1	7221,1
соя	104,0	396,0	686,0	276,0	-183,4	-287,4
Продукція тваринництва - всього	-1562,0	4427,0	1924,0	9466,0	14110,7	15672,7
приріст великої рогатої худоби	-1685,0	-326,0	-1990,0	-1136,0	440,3	2125,3
свиней	274,0	1675,0	-341,0	1010,0	1914,3	1640,3
молоко	-114,0	3220,0	4314,0	9596,0	12053,1	12167,1

Дослідивши динаміку прибутковості виробництва основних видів продукції ПП «імені Калашника» нами були зроблені наступні висновки. Результати аналізу свідчать, що найвищий прибуток у 2019 р. в галузі рослинництва отримало підприємство від виробництва соняшнику, а це 8977,1 тис. грн. На другому місці виробництво кукурудзи на зерно – 8797,9 тис. грн, третє місце посідає виробництво ярого ячменю – 4516,6 тис. грн. Виробництво ячменю озимого, сої, гороху, ріпаку озимого є збитковим.

Характеризуючи прибутковість галузі тваринництва слід відмітити, що найвищі прибутки підприємство отримало у 2019 р. по виробництву молока, а це 12053,1 тис. грн, на другому місці виробництво свинини – 1914,3 тис. грн, третю

сходинку займає приріст великої рогатої худоби. Збитковий по галузі тваринництва є виробництво іншої продукції тваринництва.

Наступним показником, що характеризує ефективність підприємницької діяльності є саме рентабельність— це показник, що відображає ефективність роботи підприємства, що націлене на отримання прибутку у короткостроковій перспективі і який вказує на якість управлінських рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства [2] (табл. 3).

Таблиця 3

Динаміка рентабельності виробництва основних видів продукції

ПП «імені Калашника» Полтавського району, 2015-2019 рр.,

Види продукції	Роки					Відхилення 2019 до 2015 рр. +,-
	2015	2016	2017	2018	2019	
Продукція рослинництва - всього	11,1	94,2	60,1	109,9	43,0	31,9
Зернові та зернобобові - всього	1,8	70,8	55,1	122,0	37,0	35,1
з них: пшениця озима	29,1	43,3	44,8	102,8	3,5	-25,5
кукурудза на зерно	-14,9	76,6	65,9	154,8	44,8	59,7
ячмінь ярий	17,3	34,6	15,7	39,9	180,1	162,8
горох	43,9	163,6	152,9	185,6	-27,8	-71,8
соняшник	38,8	185,8	120,8	94,5	100,5	61,7
соя	13,6	125,3	53,8	31,8	-100,0	-113,6
Продукція тваринництва - всього	-8,0	20,8	6,8	23,1	36,0	44,0
приріст великої рогатої худоби	-38,4	-6,8	-30,2	-11,9	4,8	43,2
свиней	7,2	42,7	-5,6	11,5	22,5	15,3
молоко	-1,0	26,3	28,2	42,5	56,8	57,8

Проаналізувавши показники табл. 3 слід зробити наступний висновок про те, що рентабельність готової продукції несе позитивний характер по більшості її видів. Так найвища рентабельність у 2019 р. становила по виробництву ярого ячменю – 180,1 %, соняшнику – 100,0 %, молока – 56,8 % та кукурудзи на зерно – 44,8 %. В тваринницькій галузі спостерігається зростання рентабельності за всіма видами продукції.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств К.: КНЕУ, 2002. 624 с.
2. Дзюбенко О.М. Підходи до економічного аналізу рентабельності лісогосподарських підприємств. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2018. №1 (83). С. 9-14.
3. Костецький В.В. Сутнісно-теоретичні підходи до визначення фінансового забезпечення діяльності підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2010. №4 (29). С. 135-145.
4. Фінанси підприємств. К.: КНЕУ, 2002. 384 с.

УДК 334.722

Е.В. Энкина, к.э.н., доцент
кафедры политической экономии,

Д.В. Тропина, к.ю.н.,
кафедры правоведения,

Ж.В. Коноплева,
кафедры мировой экономики и маркетинга
РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Аннотация. Малый бизнес во многих развитых странах мира является основой развития экономики, составляя от 40 до 60 % ее объема. В России малые формы хозяйствования стали развиваться относительно недавно и зачастую характерны для сферы торговли, бытового обслуживания и сферы питания. Сельское хозяйство в силу своих региональных особенностей имеет значительный потенциал для успешного развития малого и среднего предпринимательства. Поддержка данных форм хозяйствования позволит обеспечить устойчивый рост аграрного производства.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, сельское хозяйство, производство, инфраструктура

Малому и среднему предпринимательству в России уделяется значительное внимание как на законодательном, так и на финансовом уровне. В сельском хозяйстве малый бизнес представлен в основном крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, потребительскими кооперативами и иными индивидуальными микропредприятиями.

Под малым предпринимательством понимается бизнес, образованный за счет небольших предприятий, не являющихся частью крупных объединений. Согласно Федеральному закону 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года и Постановлению Правительства от 4 апреля 2016 года № 265 малые предприятия ограничиваются штатом до 100 человек и общим размером выручки до 800 млн. рублей. По данным сельскохозяйственной переписи 2016 года основные производственные ресурсы все более концентрируются в крупных хозяйствующих единицах, более 75 % всей посевной площади сосредоточено в

24 % агропредприятий. Для малых и средних форм хозяйствования в России осуществляется разработка наиболее оптимальных условий для ведения бизнеса. Однако, в силу особенностей некоторых производств, не все условия и параметры процесса организации являются универсальными, некоторые особенности бывает сложно учесть. К таким производствам относятся отрасли сельского хозяйства.

Главной особенностью является наличие такого сложно прогнозируемого и контролируемого фактора как природно-климатические условия. Немаловажное влияние оказывает и достаточно длительный производственный цикл, особенно в отрасли животноводства. Во многом, благодаря этим особенностям, развитие малого и среднего бизнеса в сельском хозяйстве остается на низком уровне, так как велики риски недополучения урожая и снижения продуктивности животных. К особенностям малого предпринимательства в сельском хозяйстве также относятся низкая техническая оснащенность и недостаточное количество квалифицированных кадров в данной сфере, а также сложности предоставления обучающих услуг. Перечисленные особенности затрудняют успешную организацию малых форм хозяйствования в отрасли.

На современном этапе в развитии малых форм хозяйствования в России выделяется ряд существенных проблем:

1. Отрасли растениеводства и животноводства являются достаточно затратными. Даже для неполного производственного цикла требуется наличие помещений, соответствующих аппаратов и установок, трудовых ресурсов, техники, удобрений, топлива и др. Зависимость от иностранного семенного материала делает аграрную сферу еще более затратной.

2. Низкая стоимость конечной продукции из-за отсутствия процесса переработки. Малые предприятия как правило не располагают капиталом, необходимым для организации полного производственного цикла. Результатом является большая доля посреднической сети, которая и присваивают основную норму прибыли.

3. Незарвитость или отсутствие рыночной и транспортной инфраструктуры, являющееся сдерживающим фактором для выхода на региональные рынки. Крупные агрохолдинги давно потеснили мелких сельхозтоваропроизводителей в выборе рыночной ниши с возможностью реализации своей продукции по более высокой цене. Относительно короткие сроки хранения в совокупности с отсутствием системы хранения, складирования, низкой доступностью подъездных путей являются факторами, негативно отражающимися на развитии малого и среднего предпринимательства в агросфере [1, с.135].

4. Высокие риски, связанные с погодными условиями.

5. Низкий уровень государственной поддержки и бюрократические сложности в ее получении. В странах Европы и США государство выделяет существенные материальные ресурсы на поддержку национальных сельхозтоваропроизводителей, компенсируя им в период неурожаев до 70-90 % их затрат. Государственная поддержка мелких фермеров в России заключается в основном лишь в льготном кредитовании и возмещении части затрат на ГСМ.

6. Незовершенство законодательной базы в сфере малого предпринимательства. Так например, в США успешно реализуются специальные налоговые законы для стимулирования инвестирования капитала фермера в технические нововведения.

Все перечисленные проблемы способствуют снижению мотивации в развитии малого и среднего предпринимательства в агропромышленной сфере. По нашему мнению основные проблемы слабого развития малых форм хозяйствования связаны в первую очередь с неэффективной государственной политикой. Учитывая отсутствие у мелких аграриев законченного производственного цикла местным и региональным органам власти целесообразнее было бы создать сеть участков по переработке, заготовке и хранению сельскохозяйственной продукции с целью изготовления конечного товара. Данное мероприятие позволило бы сократить в цене долю сферы обращения, что способствовало бы сохранению продовольственных цен на

уровне ниже инфляции. В части снижения рисков неурожая государству на федеральном уровне требуется детально разработать и законодательно закрепить дотационные меры поддержки фермеров, субсидии (льготное кредитование) на практике показали низкую эффективность, особенно для представителей малого бизнеса.

Разрабатывая мероприятия по развитию малого и среднего бизнеса в сфере сельского хозяйства региональным органам власти необходимо учитывать местные особенности развития растениеводства и животноводства, экономически поддерживать направления, характерные для определенной местности, содержащей региональные аспекты. Решение названных выше проблем позволит повысить эффективность аграрной сферы производства и обеспечить ее устойчивое развитие.

Список использованных источников:

1. Энкина Е.В. Опыт применения межхозяйственной кооперации в развитии сельского хозяйства. *Известия международной академии аграрного образования*. г. Санкт-Петербург, 2018. № 40, - С. 133-137

2. Каратаева О.Г., Чеха О.В., Трушина Л.Н., Каратаев Г.С. Перспективы развития интеллектуального сельского хозяйства в современных экономических условиях (на материалах Чувашской Республики) *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю*: матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. присвячується 100-річчю Полтавської державної аграрної академії. 2020. С. 89-91

СЕКЦІЯ 2
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ЕКОНОМІЧНА
ПОЛІТИКА

УДК 330.88

Н.О. Адвокатова, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ШЕРИНГОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація: В сучасній економіці сьогодні підвищується роль глобалізації міжнародної торгівлі, розвиток логістичних мереж, нарощування обсягів та урізноманітнення фінансових трансакцій, розвиток ринкової лібералізації, а стрімке поширення соціальних мереж та віртуальних технологій національній економіці стають більш відкритими і, звісно, вразливими до зовнішніх впливів. Саме тому відбувається якісне перетворення традиційних зовнішньоекономічних зв'язків та пошук альтернативних моделей економічної взаємодії між країнами на засадах сталого розвитку, при якому одночасно розв'язуються проблеми глобального характеру. Шерингова економіка - це економічна модель взаємовідносин, в якій люди можуть отримувати або надавати в оренду активи без переходу права власності на них та одночасному одержанні взаємної фінансової вигоди, що дає в підсумку результат для усіх сторін.

Ключові слова: шерингова економіка, економіка спільного споживання, економіка спільної участі.

На сучасному етапі розвитку світ спостерігає за надзвичайно стрімким розвитком такого явища як шерингова економіка, що базується на спільному використанні товарів, робіт та послуг, а не на володінні ними. При цьому відходить на задній план пануюча до цього індустріальна модель, за якої компанії володіють, а люди споживають, – подібно до того, як Інтернет потіснив традиційне ТБ, а блогосфера – засоби масової інформації. Вона дозволяє виступати одночасно і споживачем, і виробником, а також користуватися можливим фінансовим прибутком від виробленої споживчої цінності. Україна не стоїть осторонь даної проблеми, тому становлення і розвиток шерингової економіки є актуальним і для нашої країни [1].

Шерингова економіка є відносно новим явищем у багатьох країнах світу. Ідея економіки спільної участі активно обговорювалась наприкінці 90-х років минулого століття, але остаточно сформувалась тільки після бурхливого

розвитку мережі Інтернет, цифрових технологій та віртуальних спільнот. За останні кілька років шерингова економіка демонструвала стабільне зростання.

Економіка спільної участі (sharingeconomy) є соціоекономічною системою, ідея якої ґрунтується на спільному користуванні та спільному доступі до ресурсів, товарів та послуг. Вона включає в себе створення, виробництво, поширення, торгівлю і споживання товарів та послуг різними людьми та організаціями.

Економіка спільного споживання (користування, участі) – це економічна модель взаємовідносин, в якій люди можуть отримувати або надавати в оренду активи без переходу права власності на них та одночасному одержанні взаємної фінансової вигоди. Цей вид економічних відносин не є новим. Спільне використання ресурсів, наприклад, добре відоме та проявляється в моделі «бізнес-бізнес» (B2B), наприклад при спільному використанні техніки в сільському і лісовому господарстві, а також у моделі «бізнес-споживач» (B2C), наприклад, в самообслуговуванні пралень. Але три основних принципи роблять модель спільної участі необхідною в сучасних глобальних умовах, що дає в підсумку результат для обидвох сторін. По-перше, поведінка клієнтів щодо споживання багатьох товарів і послуг змінюється на шляху від права власності до спільного використання. По-друге, соціальні мережі і віртуальні магазини значно легше пов'язують тих, хто пропонує товар чи послугу, та їх потенційних споживачів. І по-третє, розвиток мобільних пристроїв та електронних додатків робить процес спільного користування зручнішим і приємнішим. Безперечно, ця модель економічних взаємовідносин, що активізувалась із розвитком соціальних мереж, частіше за все, виникає тоді, коли ціна конкретного активу висока, і в той же час актив може використовуватись в конкретний момент часу не в повній мірі [2].

Суть економіки спільного споживання полягає у можливості отримання додаткового доходу (або скороченні витрат) від передачі у тимчасове користування речей, які наразі вам не потрібні.

Шерингова економіка, або економіка спільного споживання, – це економіка,

яка полягає у скороченні витрат (інколи навіть отриманні прибутку) за рахунок здачі частини власності, яка не використовується, в оренду іншій людині. У свою чергу орендатор може зекономити кошти або навіть отримати вигоду [3].

На думку дослідниці шерингової економіки Рейчал Ботсман, шерингова економіка виникла і розвивається завдяки чотирьом головним рушійним силам[1]:

1. Шерингові соціальні мережі (тобто засновані на рівності всіх учасників) та технології реального часу, які радикально змінюють поведінку більшості населення.

2. Світова криза, від якої потерпає економіка й суспільство. Найвідоміші проекти в шеринговій економіці стартували невдовзі після кризи кінця 2008 року.

3. Екологічні проблеми.

4. Вроджена віра: люди стали більше довіряти одне одному і частіше допомагати ближньому.

5. Економіка спільної участі, будучи соціально-економічною системою, включає в себе спільне створення, виробництво, доставку, торгівлю та споживання товарів і послуг різними людьми, організаціями.

Ця система приймає різні форми, часто використовуючи інформаційні технології для розширення можливостей людей, корпорацій, некомерційних організацій та уряду, надаючи інформацію, яка дозволяє розподілити, спільно або повторно використати надлишкові потужності в товарах і послугах. Загальною передумовою є те, що, коли інформація про надлишкові товари є загальною, то це розширює важливість цих товарів від бізнесу і фізичних осіб до суспільства.

Економіка спільної участі не є унікальною системою, яка охоплює весь асортимент товарів та спектр послуг. Під час формування або реконструкції вже існуючої бізнес-моделі, варто враховувати ряд базових характеристик товарів та послуг економіки спільного споживання наведених в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Характеристика товарів та послуг економіки спільного споживання

Характеристика	Спільного використання	Потенційного спільного використання	Найменш вірогідного спільного використання
Загального / персонального вжитку	Загального	Загального	Персонального
Ціна	Дорого	Дешево	Дешево
Термін використання	Довгого вжитку	Довгого вжитку	Короткого вжитку
Частота використання	Нечасто	Нечасто	Часто
Причини використання	Зручно / предмет розкоші / необхідно	Зручно / предмет розкоші / необхідно	Необхідно
Локація	Поруч	Поруч	Віддалений доступ

Доцільно розглядати економіку спільного споживання як ринок, в якому розміщена мережа осіб, які спільно використовують або обмінюють нечасто вживані активи. Включаючи різноманітні товари та послуги, якими діляться або обмінюють за матеріальну або нематеріальну винагороду.

Підбиваючи підсумок щодо сучасного розвитку шерингової економіки, можна стверджувати, що таким чином з'являється зовсім нова ніша для підприємницьких проектів. Інфраструктура шерингової економіки, що постійно розвивається - це величезний ринок для технологій, покликаних спрощувати різноманітні процеси і допомагати людям.

Список використаних джерел:

1. Бодрова Д. В. Інститути шерингової економіки в умовах цифрової трансформації соціогосподарських систем. *Інтелект XXI*. 2019. № 3. С. 28-33
2. А.О. Гура, Т.Г. Гуцан, Д.В. Сотніков. Можливості та перспективи розвитку шерингової економіки в Україні. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка»*, 2018, вип. 18. С.24-32.
3. Еволюція довіри: як шерингова економіка руйнує світові кордони. *Економічна правда*, 2016. URL: <http://www.epravda.com.ua/publications/2016/10/3/607318> (дата звернення 01.02.2021).

4. Калініченко Л., Головка-Марченко І., Кривороженко Ж. Шерингова економіка як перспективна соціоекономічна модель розвитку суспільства. *Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія : Економіка і управління.* 2018. Вип. 42(2). С. 66-76. URL:<http://old.duit.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/pdf-6-1.pdf> (дата звернення 02.02.2021).
5. Поліщук С.В., Шишкіна В. О. Шерингова економіка в Україні як спосіб вирішення проблеми обмеженості ресурсів громадян. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.* 2017. № 3. С. 23-26.
6. Спенс М. Час ділитися: у чому секрет сервісів колективного споживання. *Журнал FORBES.* 2015. URL: <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1404950-chas-dilitisya-uchomu-sekret-servisiv-kolektivnogo-spozhivannya> (дата звернення 19.01.2021).

УДК 304.44

И.Г. Андреева, к.э.н., доцент,
факультета экономики и управления
Хулунбуирский университет
(АРВМ, г. Хайлар, КНР)

КИТАЙСКАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛИЗМА

Аннотация: Рассмотрен социализм с китайской спецификой и суть азиатского способа производства. Указаны принципы политической линии правительства Китая и факторы успеха китайской экономики. Обозначено формирование концепции «китайской мечты».

Ключевые слова: азиатский способ производства, экономика, социализм, идеология.

Китайская модель социализма изучается многими учеными, но согласно словам Нобелевского лауреата по экономике Дугласа Норта, который писал: «Ни одна экономическая теория Запада не может объяснить то, что происходит в Китае» [1]. Среди учёных нет единого мнения о том, как определять общественно-экономический строй Китайской Народной Республики (КНР) ученые определяют его по-разному:

- в самом Китае его определяют, как социализм с китайской спецификой;
- государственный капитализм перед либеральным рынком;
- преимущества социализма перед капитализмом.

Экономическая теория запада имеет три способа накопления капитала «из ничего»: процент на кредит, обменный курс и капитализация ожиданий. В Китае приращение богатства происходит через товарную экономику без частной собственности. Маркс назвал такую экономику «азиатским способом производства».

Суть различия азиатского способа производства материальных благ от капиталистического способа производства прибавочной стоимости состоит:

- в цели производства: польза, а не прибыль;
- учетной единице богатства: штуки и разы, а не деньги;

– типе собственности, прежде всего, на землю: государственная, а не частная;

– типе управления: командное, а не свободная конкуренция.

Главная роль в китайской экономике принадлежит государству, доминантным ресурсом выступает человеческий труд, финансы опираются на натуральные стоимости, а богатство измеряется весом золота.

Принципы политической линии руководителей КНР представлены на рис.1

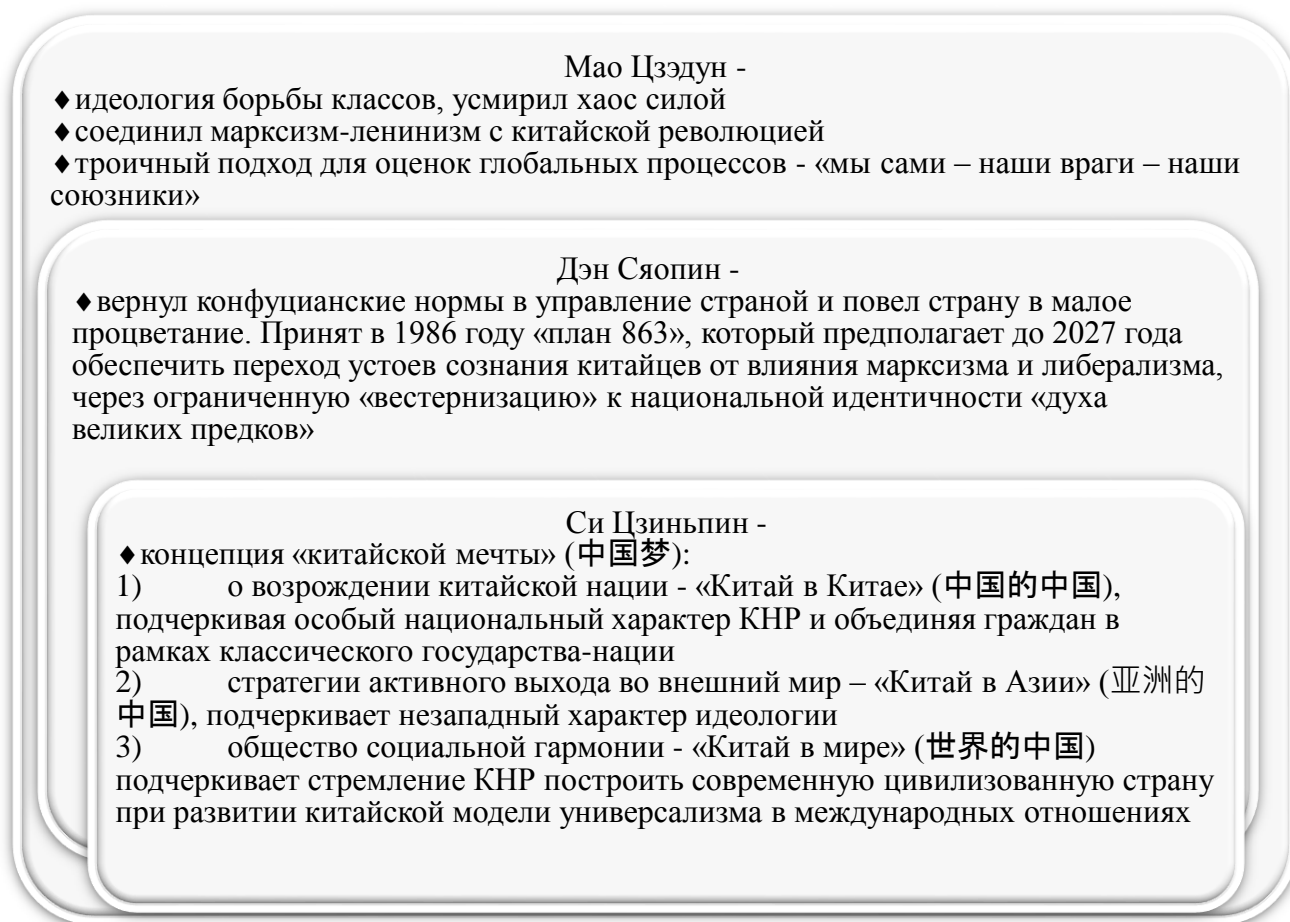


Рис. 1. Принципы политической линии руководителей КНР

Некоторые этапы хронологических рамок развития Китая:

2018 г. - сорокалетие политики реформ и открытости;

2020 г. - построение среднезажиточного общества (победа над бедностью)

2021 г. - столетие КПК;

2035 г. - создание базы для реализации социалистической модернизации;

2050 г. - полное построение социализма с китайской спецификой и возрождение Китая.

За последний 40 летний период развития отмечается очень высокая скорость экономики Китая. Этапы развития можно сгруппировать в три периода. Первый этап – догоняющая экономика, освобождение и возрождение:

- кропотливая научная организация производства;
- мобилизация общества на главных направлениях развития;
- предоставление рынку свободы регулирования традиционных и древних отраслей по-конфуциански; «Добывать пропитание, шить одежду, строить дома, воспитывать детей – естественно для природы человека. Не нужно вмешиваться»;

- внимание на воспитание нового человека - минимальное.

Второй этап – модернизация и наращивание, эпоха малого процветания:

- «советская» власть (влияние СССР);
- копирование зарубежных технологий;
- американская техника и организация трестов;
- американское народное образование и др.

Третий этап – эпоха великого единения, создание новой модели экономического коридора для совместного процветания народов:

- Экономический пояс Нового Шелкового Пути и Морского Шелкового Пути XXI в.:
- экономическое процветание Северо-восточной Азии;
- Сообщество единой судьбы человечества (人类命运共同体).

На начальных этапах развития страны государство жестко контролирует как сферу сознания, так и сферу хозяйства (административно-командная система), начиная со второго этапа устои социалистической идеологии сочетаются со свободой хозяйственной деятельности различных форм собственности.

Курс развития страны с 1979 года, остается неизменным, а меняется только линия и политика решения задач. Период либеральной глобализации был умело

использован КНР для развития собственной экономики. Военный Совет ЦК КПК сохраняет направление к достижению цели при любых изгибах внешней и внутренней политики, который располагает всеми ресурсами китайской нации и может остановить любое падение и наверстать любое отставание. Сохранение азиатского способа производства позволяет Китаю оставаться независимым от глобализма по-американски и успешно противостоять волнам мирового кризиса кредитно-финансовой системы на основе доллара США. Темпы роста китайской экономики до сих пор остаются беспрецедентными (табл. 1).

Таблица 1

ВВП Китая по годам: 1980-2019 гг. (в текущих ценах, данные МВФ)

Год	Млрд. \$	Рост ВВП, %	Год	Млрд. \$	Рост ВВП, %	Год	Млрд. \$	Рост ВВП, %	Год	Млрд. \$	Рост ВВП, %
1980	305,3	х	1990	398,6	-13,0	2000	1214,9	10,7	2010	6066,3	18,4
1981	290,8	-4,7	1991	415,6	4,3	2001	1344,0	10,6	2011	7522,1	24,0
1982	286,7	-1,4	1992	495,6	19,2	2002	1477,5	9,9	2012	8570,3	13,9
1983	307,6	7,3	1993	623,0	25,7	2003	1671,0	13,1	2013	9635,0	12,4
1984	316,6	2,9	1994	566,4	-9,1	2004	1966,2	17,7	2014	10534,5	9,3
1985	312,6	-1,3	1995	736,8	30,0	2005	2308,8	17,4	2015	11226,1	6,5
1986	303,3	-2,9	1996	867,2	17,7	2006	2774,2	20,2	2016	11221,8	-0,04
1987	330,3	8,9	1997	965,3	11,3	2007	3571,4	28,7	2017	12062,2	7,5
1988	411,9	24,7	1998	1032,5	6,9	2008	4604,2	28,9	2018	13407,3	11,2
1989	461,0	11,9	1999	1097,1	6,3	2009	5121,6	11,2	2019	14216,5	6,1

Источник данных: <http://global-finances.ru/>

Факторы успеха китайской экономики:

- сочетание рыночных и административных рычагов управления;
- активное участие государства в экономической деятельности, которое определяет общую рыночную конъюнктуру, несет большую социальную нагрузку, обеспечивает внешнеэкономические интересы КНР;
- государство регулирует цены на продукцию, стоящую в начале цепочки производства добавочной стоимости (сырьевые, энергетические и инфраструктурные компании);
- государство защищает перерабатывающие предприятия от скачков цен на мировом рынке.

Даже после последствий пандемии COVID-19 экономическая активность в Китае нормализовалась быстрее и в 2020-21 финансовом году Китай будет единственной страной G-20, выздоровевшей от коронавируса благодаря экономическому росту [2].

Основные проблемы Китая – это перепроизводство, избыток недвижимости, закредитованность предприятий. Данные проблемы обнуляются благодаря политическим решениям КПК (компартии).

В Китае формируется центр нового азиатского цикла накопления капитала, с капитализацией знаний как услуги. Главная роль в экономике принадлежит государству, доминантным ресурсом выступает человеческий труд, финансы опираются на натуральные стоимости, а богатство измеряется весом золота.

Формируется новая идеология в эпоху информационного общества – переход на традиционные националистические даосско-конфуцианские устои сознания и тем самым, китайская специфика обеспечивает культурную независимость от Запада и как мудро указывал Мао Цзэдун: «Перспективы светлые. Путь извилист». То есть линия строительства социализма с китайской спецификой на практике подвержена зигзагам и изломам.

Список использованных источников:

1. Девятов А.П. Путь правды - разведка. Теория и практика "мягкой силы" Изд.: Волант, .М.: -2013, 126 с.
2. Тан Ци (Tang Qi) Коронавирус COVID-19 и экономические изменения в КНР. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали II Міжнар. наук. – практ. конф., присвяченої 100-річчю Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 23 квітня 2020 р.) / за ред. Плаксієнка В. Я., Пилипенко К. А. Полтава : Видавництво ПП «Астрая», 2020. С. 686-689

УДК 332

О. Гарнага, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та міжнародного бізнесу
Національний університет водного господарства та природокористування
(м. Рівне, Україна)

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ

Антоція: у роботі досліджено економічну сутність та функції інфраструктури ринку земель, наголошено, що на розвиток економіки впливають не тільки об'єктивні, а й суб'єктивні фактори. Зазначено, що інфраструктура ринку є ланкою, яка пов'язує виробництво і споживання, а тому вона великою мірою впливає на розвиток економіки.

Ключові слова: ринок землі, інфраструктура, економічна система, земельні відносини, господарська діяльність.

Проблема формування інфраструктури ринку земель надзвичайно актуальна для країн з перехідною економікою, у тому числі для України. Під сучасним ринком розуміють будь-яку систему, яка дає можливість покупцям і продавцям здійснювати вільну купівлю-продаж товарів.

Ринкова структура може виступати в різних формах. Це може бути: товарна біржа; газетні оголошення типу «продаю-купую»; інформаційно-комп'ютерні системи купівлі-продажу товарів тощо. У будь-якій системі є передавальні ланки. Без них неможливе її існування. В економічній системі є свої сполучні ланки, які в цілому можна назвати економічною інфраструктурою. Ця інфраструктура виступає сполучною елементом у взаєминах між основними суб'єктами економічних відносин – виробниками економічних ресурсів, кінцевих товарів та їх безпосередніми споживачами.

Характеризуючи інфраструктуру ринку земель, слід виходити з того, що на розвиток економіки впливають не тільки об'єктивні, а й суб'єктивні фактори, при цьому роль останніх у сучасних умовах зростає. Тому не можна собі уявити інфраструктуру ринкового типу, що складається тільки з уречевлених і неживих елементів.

Теоретичні аспекти формування інфраструктурного забезпечення ринку землі в Україні знайшли своє відображення в наукових працях багатьох

українських вчених, таких як: Гайдуцький П. І., Гуцуляк Г. Д., Добряк Д. С., Кулинич П.Ф., Мартин А.Г., Павлов В.І., Хвесик М.А., Шворак А.М. та інших.

Інфраструктура в будь-якій соціально-економічній системі - це, перш за все, сукупність елементів, що забезпечують безперебійне функціонування взаємозв'язків об'єктів і суб'єктів даної системи [1]. З цього визначення випливає, що інфраструктура, як якась підсистема в іншій системі, покликана, по-перше, забезпечити функціонування взаємозв'язків між елементами самої системи, до якої належать її об'єкти та суб'єкти. Саме в цьому полягає її основна функція, яка, очевидно, має пасивний характер. Але обмежитися визнанням цієї обставини не можна.

Інфраструктура одночасно виконує регулюючу функцію, певним чином впорядковуючи взаємодії елементів самої системи. Ця функція є активною. Вперше термін «інфраструктура» був використаний в економічному аналізі для позначення об'єктів і споруд, що забезпечують життєздатність збройних сил (початок ХХ століття). У 1940-ві роки на Заході під інфраструктурою стали розуміти сукупність галузей, що обслуговують нормальне функціонування матеріального виробництва.

Інфраструктура – це обов'язковий компонент будь-якої цілісної економічної системи і підсистеми. Дослівно інфраструктура – це основа, фундамент, внутрішньої будови економічної системи.

Стосовно до ринку як самостійної підсистеми інфраструктура – це сукупність організаційно-правових форм, що опосередковують рух товарів і послуг, акти купівлі-продажу, або сукупність інститутів, систем, підприємств, які обслуговують ринок і виконують певні функції щодо забезпечення нормального режиму його функціонування.

У цілому, ринкова інфраструктура з точки зору свого походження, або природи, є не що інше, як інституціоналізована трансакція. Такий підхід впливає з товарно-грошової природи ринкової економіки, що являє собою потоки товарів, ресурсів і грошових коштів, безперервно рухаються через

посередництво настільки ж безперервно здійснюваних угод (трансакцій). У свою чергу, трансакції укладаються і виконуються за допомогою цілої низки інститутів, вплетених в тканину економічної системи. Розвиненій ринковій економіці властива й відповідна мережа інститутів [3]. Звичайно, в принципі, трансакції можуть здійснюватися і без використання інститутів. Таке можливо тільки на початкових стадіях переходу до ринку, коли відповідний інститут ще не склався. Але рано чи пізно трансакції поступово організуються і закріплюються у відповідних інститутах. Тому ринкова інфраструктура і виступає інституціоналізованою формою трансакцій.

Інфраструктура ринку є ланкою, що пов'язує виробництво і споживання, а тому вона великою мірою впливає на економіку. Це поняття різнопланове, сутність його можна визначити як сукупність установ, організацій, державних та комерційних підприємств, які забезпечують нормальне функціонування ринку речових прав на землю та інше нерухоме майно, взаємодію та ефективне обслуговування товаровиробників і споживачів.

Добре розвинена ринкова інфраструктура дозволяє оперативно врегулювати тимчасовий дефіцит земельних ресурсів, бо інформаційні, сервісні, банківські, страхові та інші послуги в комплексі сприяють підвищенню ефективності інвестиційного середовища та задоволенню попиту у землі як ресурсі розвитку.

Продуктом інфраструктури є посередницька послуга. Послуга – це особливий товар, що існує тільки в момент його виробництва. Можна виділити дві основні функції інфраструктури ринкового типу (або ринкової інфраструктури в широкому сенсі), обумовлені природою ринкової економіки:

а) забезпечення безперебійного функціонування господарських взаємозв'язків і взаємодії суб'єктів земельних відносин.

б) регулювання руху товарно-грошових потоків.

В якості суб'єктів ринкової економіки можна розглядати, з одного боку, власників земельних ресурсів, а з іншого – комерційні структури, державу та територіальні громади. Обидві класифікації суб'єктів економіки доповнюють

одна одну і виділяють цих суб'єктів за різними критеріями. Кожна з виділених функцій характеризується певними рисами або властивостями [2, с. 111].

Інфраструктура ринку землі, як підсистема всієї економіки, надає ринковій економіці умови і можливості для виконання економічних функцій (насамперед таких, як оптимальна акумуляція земельних ресурсів і залучення їх у господарську діяльність), безпосередньо не беручи участі в набутті або реалізації прав на землю. Тим не менше, зазначена функція може бути також класифікована як пряма, оскільки формування адекватної інфраструктури є одним з безпосередніх і обов'язкових умов існування і відтворення економічної системи, а також її розвитку.

Отже, інфраструктура ринку землі – це сукупність елементів, що забезпечують безперебійне багаторівневе функціонування суб'єктів земельних відносин регулюючи рух відповідних товарно-грошових потоків. Інфраструктуру ринкових земельних відносин формують численні інститути, серед яких слід виділити кадастрові центри, землеоціночні та землевпорядні організації, товарні біржі, інвестиційні компанії, банки, страхові організації тощо.

Список використаних джерел:

1. Новий словник іншомовних слів. К.: Аконт, 2007. 848 с.
2. Мартин А.Г. Регулювання ринку земель в Україні : монографія. К : Аграр Медіа Груп, 2011. 254 с.
3. Мессель-Веселяк В.Я. Форми господарювання і земельні відносини в сільському господарстві України. *Економіка АПК*. 1996. № 12. С. 12-19.

УДК 338

Голей Ю.М., викладач
кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Анотація: Розглянута важлива актуальна проблема розвитку соціальної інфраструктури України через призму регіонального розвитку на прикладі Дніпропетровської області. Позначено поточний стан закладів освіти, охорони здоров'я та транспортної інфраструктури регіону, виділені поточні проблеми. Представлені напрямки вирішення виявлених проблем та перспективи розвитку регіональної соціальної інфраструктури. Як інструмент вирішення виділених проблем розглянута можливість стимулювання в регіоні соціальних інвестицій бізнесу.

Ключові слова: Дніпропетровська область, соціальна інфраструктура, якість життя, розвиток, соціальне інвестування, бізнес-процеси.

Одним із найбільш розвинених економічних регіонів України є Дніпропетровська область. За чисельністю постійного населення, своїм внеском у загальнодержавні обсяги виробництва ВВП (валового внутрішнього продукту), масштабами сільськогосподарського та промислового виробництва, а також обсягами експорту товарів та надходжень до бюджету Дніпропетровська область посідає провідні місця серед інших регіонів країни. Проте нинішня структура економіки Дніпропетровської області ще не є запорукою прискореного розвитку та не гарантує стабільного поліпшення якості життя мешканців.

Звернення до теми перспектив розвитку інфраструктури регіонів країни є дуже важливою темою. По-перше, тому, що складові інфраструктурного комплексу виступають головними засадами забезпечення якості життя, які впливають на рівень задоволеності громадян. По-друге, високо розвинутий інфраструктурний комплекс спроможний вивести державу на зовсім новий європейський рівень розвитку.

В питанні розвитку інфраструктури першочергове місце займають такі складові сфери як: житлово-комунальне господарство, транспорт та зв'язок,

медицина, освіта, рекреаційна система, екологія, соціальне забезпечення, культура, як найбільш важливі системи які забезпечують поступовий сталий розвиток кожного регіону, так і в цілому країни.

Не зважаючи на досить достатню увагу з боку державної та регіональної влади до питань розвитку інфраструктури у багатьох регіонах країни, залишаються наявними проблеми існуючих інфраструктурних об'єктів, таких як – освітні, культурні, спортивні, медичні, дошкільні освітні заклади та школи, лікарні, ін. ступінь зносу яких часом доходить до 60%. Окрім цього спостерігаються проблеми із забезпеченням міським та регіональним транспортом для покриття існуючих потреб мешканців міста та його віддалених районів, що провокує значні витрати часу на пересування, тощо.

Основною проблемою у розвитку соціальної інфраструктури в усі часи є дефіцит бюджетних коштів та інших важливих ресурсів: управлінських, людських, інформаційних. Тому дуже важливим є пошук шляхів та інструментів поліпшення стану соціальної інфраструктури.

Розглядаючи зарубіжний досвід розвитку соціальної інфраструктури, виділили такий відносно молодий для нашої країни інструмент як соціально відповідальне інвестування або соціальні інвестиції, які виступають однією з важливих частин корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнесу.

Соціальні інвестиції виступають як один з важливих видів соціальної активності бізнесу. Такі інвестиції в собі поєднують два фундаментальні напрямки бізнес-активності, а саме: соціальний та інвестиційний.

В рамках корпоративної соціальної відповідальності компанії здійснюють взаємодію з суспільством через реалізацію соціально орієнтованих програм, друга складова - довгострокові інвестиційні вкладення, основний ефект яких є тривалим і не завжди виражається у фінансових показниках. Цим пояснюється складність оцінки потреби в соціальних інвестиціях, визначенні їх оптимальної структури і підсумкової ефективності [1, с. 3903- 3912].

Інвестиції в соціальну сферу (соціальне інвестування) - проведення

цілеспрямованої довгострокової політики компанії в місцевих громадах, яка передбачає вирішення суспільно значущих завдань, взаємне вкладення ресурсів і приносить вигоди всім учасникам процесу [2, с. 185-189].

Структурно-логічна схема соціального інвестування в рамках КСВ наведена на рис.1.

Об'єктами соціальних інвестицій можуть виступати всі активи, які мають відношення до забезпечення повсякденного соціального життя громадян, такі як: об'єкти охорони здоров'я, освіти, спорту, культури і відпочинку, транспорт і багато інших.

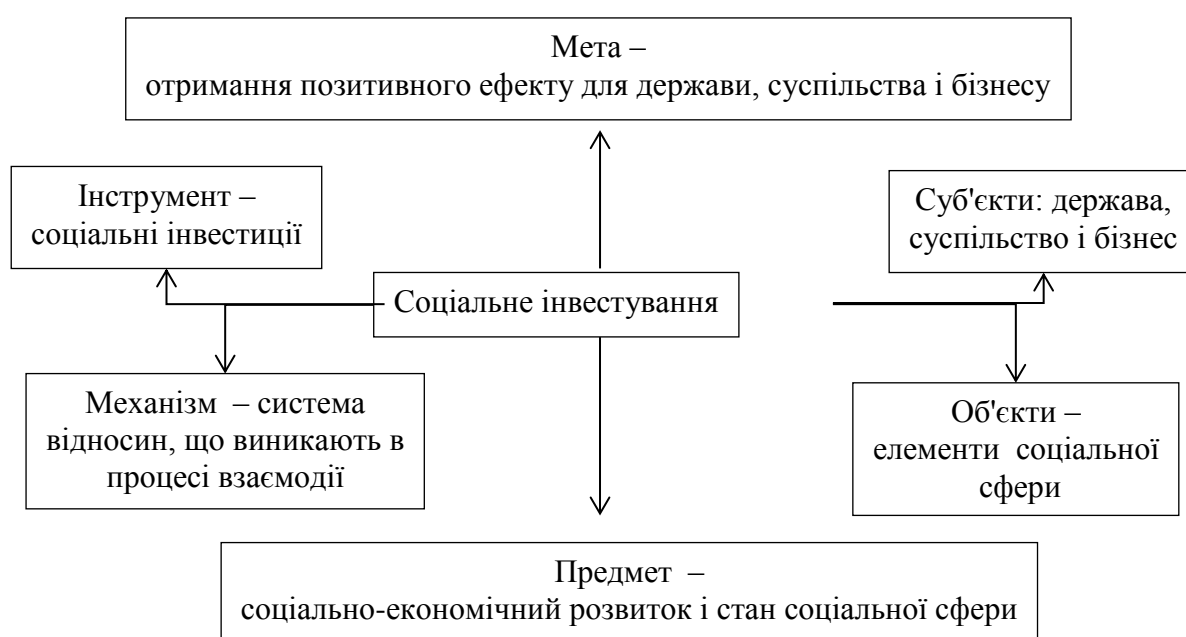


Рис. 1. Структурно-логічна схема соціального інвестування в рамках КСВ [3, с.41-47]

Масштабність фінансових витрат підприємств, які вони направляють на соціальні проекти можливо оцінювати за допомогою таких показників як:

- сума соціальних інвестицій (IA);
- величина соціальних інвестицій на одного працівника (IL);
- співвідношення соціальних інвестицій до валових продаж (IS);
- співвідношення соціальних інвестицій до балансового прибутку (IP) [2, с. 185-189].

Завдяки таким показникам можливо здійснювати порівняння підприємств

між собою за ступенем соціальної активності бізнесу.

Соціальні інвестиції, на відміну від інвестицій у виробництво або маркетинг, безпосередньо позначаються на бізнес-процесах, припускають більш складні і непрямі механізми повернення вкладених фінансових коштів. Проте, в кінцевому підсумку соціальні інвестиції позначаються саме на базових бізнес-процесах підприємства: виробництво товарів і послуг, їх просування на цільових ринках і продажах, а також залученні необхідного капіталу для розвитку бізнесу.

Компанії, які інвестують в соціальні проекти в значній мірі покращують свій імідж і репутацію, привертають увагу споживачів, нарощують лояльність співробітників, що в кінцевому підсумку призводить до відчутних позитивних ефектів:

- зростання соціальної цінності компанії;
- нарощування обсягу лояльних споживачів;
- поліпшення продуктивності праці, зниження витрат;
- зменшення тиску з боку наглядових органів;
- поліпшення ставлення кредиторів, тощо.

Соціальні інвестиції в Україні поки ще не є достатньо популярним способом вкладення коштів, проте багато великих і містоутворюючих підприємств, а також громадських діячів надають активне сприяння розвитку соціальної сфери регіонів країни. Так, наприклад велику частку соціальних інвестицій в м. Дніпро реалізує фонд «Громадської сили» під керівництвом лідера Загіда Краснова. За час існування фонду проведено:

1) установка нових або реконструкція існуючих дитячих і спортивних майданчиків більш ніж для 500 будинків міста;

2) ремонти палат і приміщень для медиків:

- Дніпровська міська клінічна лікарня № 16;
- Міська спеціалізована лікарня № 8;
- Дніпровська Міська інфекційна клінічна лікарня № 21

ім. проф. Е. Г. Попкової ДОС;

– ДІВЕТІН.

3) придбання апаратів ШВЛ в лікарні:

- Дніпровське клінічне об'єднання швидкої медичної допомоги;
- Дніпровська міська клінічна лікарня № 9 [4].

Таким чином, стає очевидним, що завдяки стимулюванню соціального інвестування можливо забезпечити розвиток соціальної інфраструктури, підвищити її доступність і якісні характеристики, а також рівень оснащення соціально важливих об'єктів.

Список використаних джерел:

1. Яхнеева И.В., Хансевяров Р.И., Жабин А.П., Волкодавова Е.В. Социальные инвестиции как составляющая устойчивого развития бизнеса. *Российское предпринимательство*. 2018. Том 19. № 12. С. 3903- 3912.

2. Тестина Я.С., Печерица Е.В. Социальные инвестиции как форма реализации корпоративной социальной ответственности. *Фундаментальные исследования*. 2016. № 7-1. С. 185-189.

3. Горфинкель В. Я., Родионова Н. В. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для академического бакалавриата / ответственный редактор В. Я. Горфинкель, Н. В. Родионова. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 570 с.

4. Загід Краснов - офіційний сайт – блог. Код доступу URL: <http://www.zagidkrasnov.com/chto-sdelano.html> (Дата звернення 18.03.2021)

УДК 327:316:334.52:658:658.005.336:659.3:659.4

Завербний А.С., д.е.н., професор,
професор кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Ломага Ю.Р.,
студент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Завербний С.А.,
студент кафедри автоматизованих систем управління
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОЦІНЮВАННЯ РЕПУТАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНДИКАТОРУ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ДОВІРИ ЗА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ УМОВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ СФЕР

Анотація: розглянуто проблеми, перспективи оцінювання репутації українських підприємств як індикатору інституційної довіри за євроінтеграційних умов інформаційної та фінансової сфер. Запропоновано групи критеріїв для визначення інтегрального показника репутації.

Ключові слова: репутація, довіра, бренд, оцінювання репутації, репутаційний менеджмент, інформація, євроінтегрування.

У XXI столітті саме репутація набула і утримує статус найпопулярнішого нефінансового індикатору діяльності приватних, суспільних, державних, приватно-державних та інших видів організацій. При чому індикатори в процесі діагностування притаманні й для цілих країн, окремих міст тощо. Актуальність діагностування репутації даними інституціями обумовлюється перш за все переходом світової економіки до інноваційного циклу, а саме: «економіки нематеріальних цінностей та корпоративної репутації» [1, с. 27-29, 2].

При цьому щорічно вартість нематеріальних активів провідних світових компаній (зокрема, ТНК) зростає за геометричною прогресією. При цьому згідно даних «S&P 5001» понад третини від загальної вартості компаній, що увійшли до зазначеного списку виступають нематеріальними [1, с. 28, 2].

Фінансові результати (перш за все рівень доходності) підприємств усе більше й більше залежать від трансферту, управління технологіями, ідеями, інформацією, знаннями, послугами тощо.

Загальновідомо, що нематеріальні активи підприємств містять наступні

складові: патенти, ліцензії, стратегічні союзи, різні види об'єднань, бази даних щодо клієнтів, інформацію щодо власних співробітників тощо [2].

У цей же час для ТНК найціннішим нематеріальним активом виступає їх бренд, який деколи сягає до 70% від їх загального ринкового капіталізування. Одночасно, у XXI столітті суттєво підвищується й значення (рівень) «державного бренду». Саме від нього залежатиме позиція (місце) окремо взятої держави на міжнародній арені, зокрема при її участі у міжнародних економічних відносинах, а також в інформаційному просторі тощо. Бренд країни (приблизно як і для підприємств) суттєво впливатиме на ідентичність, рівень інвестиційної привабливості, гармонійний розвиток тощо [2].

Саме репутація, а точніше репутаційний менеджмент (управління репутацією) сприяють формуванню, розвитку бренду підприємств, організацій, міст, країн тощо. Бренд на пряму залежатиме від рівня ефективності системи репутаційного менеджменту.

Глобалізування у фінансово-інформаційній сфері з однієї сторони суттєво ускладнює формування, побудову та головне та збереження (утримання) підприємствами відносин із ринками, стейкхолдерами (клієнтами, інвесторами, співробітниками, представниками державних регулюючих органів, суспільною думкою, міжнародними організаціями тощо). З іншого суттєво спрощує дані процеси, оскільки інформаційна складова (обізнаність з підприємством) є надзвичайно динамічною (за допомогою інтернету). Хоча й тут є підводні камені, що пов'язані із використанням недобросовісними конкурентами неправдивої інформації щодо підприємства.

У зв'язку із перерахованими проблемами та перспективами підприємства та інші види інституцій мають бути надзвичайно гнучкими, використовувати інновації в системі управління корпоративними справами (перш за все репутацією), в системі комунікування, відносинами з інвесторами тощо задля узгодженого, цілісного, привабливого і високоефективного позиціонування підприємства в очах всіх стейкхолдерів.

Лише даний напрямок розвитку сприятиме отриманню високого рівня довіри з метою досягнення поставлених стратегічних цілей підприємств, організацій. Зазначений механізм дозволяє ідентифікувати розрив між реальністю організації, комунікаційною реальністю та реальністю, що сприймається стейкхолдерами. Посилюючи репутацію, організація досягає диференціації, що зберігається протягом тривалого періоду і призводить до позитивних результатів внаслідок сприятливої поведінки стейкхолдерів.

Рівень репутації, як нематеріального активу, відображається в суспільній оцінці діяльності суб'єкта стейкхолдерами (основними зацікавленими сторонами). Також він визначає конкурентну позицію підприємства на ринку.

З метою оцінювання репутації українських підприємств як індикатору інституційної довіри за євроінтеграційних умов доцільно

З метою визначення інтегрального показника репутації доцільно сформувані групи критеріїв для бального оцінювання репутації підприємства, а саме: іміджева (репутація засновників, ключових акціонерів, топ-менеджерів підприємства; соціально-ділова активність; сприйняття ринком продукції/послуг/робіт; рівень поінформованості про підприємство;), організаційно-функціональна (рівень якості обслуговування клієнтів, випадки негативних звернень/скарг/рекламацій; судові справи, що є пов'язаними із діяльністю підприємства; моніторинг он-лайн та оф-лайн інформації про підприємство; результати зовнішнього аудиту), група факторів внутрішнього середовища (внутрішньо-корпоративні комунікації; системи внутрішнього аудиту).

Як показують дослідження, частка вартості ділової репутації в загальній вартості зарубіжних компаній зростає з 18 до 82 %, при чому підвищення рівня репутації лишень на 1% сприяє забезпеченню приросту ринкової вартості акцій аж на 3% [3, с. 4-15, 4, с. 43-45, 5, с. 551-553].

Тому формування системи оцінювання репутації (як індикатору інституційної довіри за євроінтеграційних умов інформаційної, фінансової та

інших сфер) українськими підприємствами сприятиме їх капіталізації, гармонійному розвитку тощо.

Список використаних джерел:

1. Панченко Ж. Концепт репутації у сучасних міжнародних відносинах: особливості становлення. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*. 2014. 1 (42). С. 27-32.
2. Fombrun Ch., C. Van Riel. *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. New York: Routledge, 2007. 306 p.
3. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, публісити, репутація и бренд фирмы. М.: Дашков и К°, 2010. 272 с.
4. Гаврилюк В.К. Вплив ділової репутації на конкурентоздатність та вартість компанії. *Молодий вчений*. № 11 (26) , 2015 р. С. 43-46.
5. Реверчук Н.Й., Дзямулич О.С., Канцір О.С. Особливості розвитку репутаційного менеджменту компаній в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 4. 2015. С. 551-555.

УДК 658.878:614.27:657.2

В.Д. Зелікман, к.т.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту
О.Ю. Зеленіна, ЗВО СВО «Бакалавр»
кафедри обліку і аудиту
Національна металургійна академія України
(м. Дніпро, Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІТИЧНОГО ОБЛІКУ ТОРГОВОЇ НАЦІНКИ В УМОВАХ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Анотація: на основі аналізу особливостей нарахування та обліку торгової націнки у вітчизняних аптечних закладах запропонована аналітична відомість для обліку торгівельної націнки на лікарські засоби.

Ключові слова: аптечні заклади, лікарські засоби, торгова націнка, план рахунків, аналітичні субрахунки, аналітична відомість.

Основним напрямом діяльності аптечних закладів є торгівля лікарськими засобами, що дозволені для реалізації на території України, а також супутніми товарами, які входять до переліку Наказу Міністерства охорони здоров'я №498 «Про затвердження Переліку товарів, які мають право придбавати та продавати аптечні заклади та їх структурні підрозділи».

Відповідно до формування роздрібних цін, товарний асортимент вітчизняних аптек умовно поділяється на три групи: лікарські засоби і вироби медичного призначення, торгова націнка на які підлягає державному регулюванню; лікарські засоби, ціни на які встановлюються аптекою самостійно залежно від попиту і можливості прискореної реалізації; товари аптечного асортименту які обкладаються 20%-м податком на додану вартість.

У спеціальній літературі приділяється достатньо уваги процесу ведення обліку лікарських засобів в умовах аптечних закладів, але, незважаючи на це, проблема забезпечення правильності аналітичного обліку торговельної націнки залишається актуальною.

На сьогодні відображення нарахування торговельної націнки в бухгалтерському обліку та включення до продажної вартості суми вхідного ПДВ здійснюється проведенням: дебет рахунку 282 «Товари в торгівлі» / кредит

рахунку 285 «Торгова націнка». При цьому наявна система обліку не враховує особливості діяльності аптечних закладів, а саме, законодавчо встановленого граничного розміру торговельної націнки на лікарські засоби та вироби медичного призначення. Слід зазначити, що наявність граничного розміру торговельної націнки може суттєво впливати на результати діяльності аптечного закладу, а отже, така інформація повинна бути врахована при їх аналізі.

З метою підвищення інформативності обліку нарахування торговельної націнки на товари в умовах аптечного закладу уявляється доцільним на підприємствах, які використовують Інструкцію про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку [2], запровадити запропонований у роботі [3] методичний підхід до формування робочого плану рахунків, який передбачає введення для контрактивного субрахунку 285 «Торгова націнка» двох додаткових аналітичних рахунків: контрактивного рахунку 285.1 «Торгова націнка, гранична норма якої підлягає державному контролю» та контрактивного рахунку 285.2 «Торгова націнка, гранична норма якої не підлягає державному контролю». У свою чергу, для рахунку 285.1 «Торгова націнка, гранична норма якої підлягає державному контролю» слід застосувати подальший детальний розподіл на аналітичні рахунки відповідно до встановленого гранично допустимого розміру торгової націнки: контрактивний рахунок 285.1.1 «Торгова націнка зі встановленим максимальним розміром 25%», контрактивний рахунок 285.1.2 «Торгова націнка зі встановленим максимальним розміром 23%», контрактивний рахунок 285.1.3 «Торгова націнка зі встановленим максимальним розміром 20%», контрактивний рахунок 285.1.4 «Торгова націнка зі встановленим максимальним розміром 15%», контрактивний рахунок 285.1.5 «Торгова націнка зі встановленим максимальним розміром 10%» [3].

Таким чином, з урахуванням наведених аналітичних субрахунків нарахування торговельної націнки на лікарські засоби і вироби медичного призначення, на які державою встановлено її граничний розмір, має здійснюватись за кредитом аналітичних рахунків рахунку 285.1 «Торгова

націнка, гранична норма якої підлягає державному контролю» на основі закупівельної ціни та встановленого відповідно до неї максимального розміру відсотку торговельної націнки, а торгова націнка на товари, стосовно яких не здійснюється державне регулювання ціни, – за кредитом рахунку 285.2 «Торгова націнка, гранична норма якої не підлягає державному контролю».

З метою полегшення та прискорення подальшої аналітичної обробки інформації, накопичуваної на зазначених рахунках, пропонується запровадити додатковий аналітичний документ – Відомість нарахованих торгових націнок, у якій у шаховому порядку має відображатись інформація щодо торгової націнки на усі товари аптечного закладу в розрізі законодавчо встановлених максимальних розмірів торговельних націнок. Форма запропонованої відомості наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Відомість нарахованих торгових націнок

Найменування товару	Ціна закупівлі, грн	Сума нарахованої торгової націнки, грн						Усього
		зі встановленим максимальним розміром					без обмежень (рахунок 285.2)	
		25% (рахунок 285.1.1)	23% (рахунок 285.1.2)	20% (рахунок 285.1.3)	15% (рахунок 285.1.4)	10% (рахунок 285.1.5)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
...								
...								
Разом								

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Очевидно, що стовбці запропонованої аналітичної відомості мають відповідати наведеним аналітичним субрахункам [3], на основі інформації з яких і будуть формуватись дані в осередках аналітичної відомості, а суми у її підсумковому рядку мають дорівнювати оборотам за відповідними рахунками.

Наведені аналітичні субрахунки та запропонована аналітична відомість можуть застосовуватись не лише в сфері аптечного бізнесу, але й на інших підприємствах, що реалізують товари, ціни на які підлягають державному регулюванню – наприклад, у випадку реалізації легкових автомобілів вітчизняного виробництва, граничний рівень торговельної і постачальницько-збутової націнки на які згідно з чинним законодавством встановлено на рівні

10% від ціни виробника. Запровадження запропонованих заходів має підвищити ступінь деталізації та інформативність аналітичного обліку товарів, ціни на які підлягають державному регулюванню, забезпечить прозорість, точність і зрозумілість нарахування торговельної націнки для таких товарів.

Список використаних джерел:

1. Наказ Міністерства охорони здоров'я «Про затвердження Переліку товарів, які мають право придбавати та продавати аптечні заклади та їх структурні підрозділи» від 06.07.2012 № 498 із змінами (Редакція від 31.12.2015) URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1231-12#Text> (дата звернення 9.04.2021 р.).

2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 № 291 із змінами (Редакція від 29.10.2019). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (дата звернення 9.04.2021 р.).

3. Сокольська, Р.Б. Извекова, І.М. Лисенко А.В. Удосконалення обліку торгової націнки на підприємствах роздрібною торгівлі у сфері аптечного бізнесу [Текст]. *Економічний аналіз : зб. наук. праць*. Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В.А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль : ВПЦ ТНЕУ “Економічна думка”, 2014. – Том 18. – № 2. – С. 54-60.

УДК 657

Змієвська А.О., здобувач вищої освіти СВО – бакалавр
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ СУПРОВІД ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ

Анотація: Розглянуто сутність категорії «аутсорсинг», «бухгалтерський аутсорсинг». Узагальнено порядок здійснення бухгалтерського супроводу діяльності підприємств у правовому полі. Систематизовано переваги бухгалтерського аутсорсингу, серед яких можливість залучення до ведення бухгалтерії провідних спеціалістів; взаємозамінність бухгалтерів, що працюють на аутсорсингу; можливість підбору фахівця саме у обраній галузі діяльності; економія коштів; повна відповідальність та захист від ризиків.

Ключові слова: бухгалтерський облік, бухгалтерський супровід, аутсорсинг, діяльність, звітність.

Бухгалтерський облік на підприємстві повинен вестися безперервно з дня реєстрації до його закриття. Опираючись на Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», який надає право самостійно обирати форму ведення обліку, підприємець повинен визначитись хто саме буде займатися обліком його бізнесу. Для середніх та великих підприємств очевидно, що повинен бути штатний бухгалтер або окремий підрозділ, який займається веденням бухгалтерського обліку, складанням та поданням звітності.

А от приватні підприємці далеко не всі мають в штаті окремого співробітника для ведення бухгалтерського обліку і податкової звітності. Оскільки, по-перше, не має можливості платити повноцінну заробітну плату, по-друге, досить незначні обсяги роботи, яких недостатньо для завантаження працівника на повний день.

Станом на 2019 рік кількість великих та середніх підприємств склала 4,8 %, тоді як малих 95,2 %, при цьому мікропідприємств 82,3 %. Аналіз статистичних даних в розрізі економічних видів діяльності показав, що найбільша частка малих підприємств ведуть свою діяльність у сфері оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (27,1 %), сільського, лісового та

рибного господарства (13,2 %), промисловості (11,7 %) та здійснюють операції з нерухомим майном (10,6 %) [1].

Очевидно, що такі підприємства повинні вести бухгалтерський облік для відображення здійснених господарських операцій, складати фінансову, статистичну, податкову звітність, проводити податкові розрахунки тощо. Коли організація бухгалтерського обліку для підприємців не завжди під силу, актуальності набуває бухгалтерський супровід діяльності ФОП, СПД тощо. Сьогодні широкого попиту набувають фірми, які надають бухгалтерські послуги, основною перевагою їх діяльності є фінансова привабливість для ФОП.

Зокрема за даними сайту <https://poltava.ria.com/> послуги з бухгалтерського супроводу пропонують 30 фізичних та юридичних осіб. Зокрема, аналіз стану бухгалтерського обліку 15 оголошень, бухгалтерське обслуговування – 17 оголошень, бухгалтерський аутсорсинг – 18 оголошень, ведення бухгалтерського обліку 16 оголошень, ведення податкового обліку – 16 оголошень, відновлення бухгалтерського обліку – 17 оголошень, консультування бухгалтера – 18 оголошень, нульова звітність – 13 оголошень, розрахунок заробітної плати – 15 оголошень [2].

Отже, на сьогодні широкого застосування в бізнесі набуває термін «аутсорсинг». Саме поняття аутсорсинг походить від англійського outsourcing (out – зовні, поза межами; source – джерело). За своєю суттю аутсорсинг – це передача певних функцій суб'єкта на виконання стороннім особам та організаціям. Таким чином бухгалтерський аутсорсинг – це ведення бухгалтерії компанії спеціалізованими фірмами та організаціями без зарахування бухгалтерів у штат підприємства.

Згідно Національного класифікатору України «Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010» (розділ 4) це угода, згідно з якою замовник доручає підряднику виконати певні завдання, зокрема, частину виробничого процесу або повний виробничий процес, надання послуг щодо підбирання персоналу, допоміжні функції [3]. Україна, за даними американської

консалтингової компанії “А.Т. Kearney”, зберігає своє 24 місце з аутсорсингового потенціалу, в ТОП-25 глобального рейтингу “Global Services Location Index” (GSLI) [4].

Аутсорсинг бухгалтерського обліку є окремим випадком аутсорсингу бізнес-процесів та одним з найпоширенішим видом послуг цієї категорії.

Фірми, які займаються цим напрямком пропонують такі послуги як: відновлення бухгалтерського обліку; допомога з відкриттям/закриттям, вибором оптимальної системи оподаткування й схеми з ведення бухобліку; експертиза/аудит ведення обліку; допомога з нарахуванням зарплати співробітникам підприємства; роботи з банківськими операціями; формування й здача бухгалтерських та податкових звітів; консультування під час виникнення конфліктної ситуації з податковими органами; оскарження рішення фіскальних органів; консультування під час підготовки до обшуку, проведення вилучень та інших дій, що здійснюються контролюючими органами. Підприємець звернувшись до такої фірми може замовити як одноразову послугу так і скласти договір для постійного ведення бухгалтерського обліку.

Також є можливість отримати послуги, які стосуються специфічних видів діяльності, наприклад, у сфері будівництва, торгівлі, виробництва, транспортних послуг, готельно-ресторанному бізнесі, ІТ-технологій тощо.

Приватні підприємства, звертаючись до фахівців повинна розуміти, що їх потрібно ознайомити з усією специфікою своєї роботи, фахівці-бухгалтери, в свою чергу, повинні влитися в роботу підприємця, зрозуміти свою необхідність та прикласти всі професійні можливості.

В сучасному правовому полі надання послуг з бухгалтерського супроводу повинно бути оформлено документально для чіткого визначення відповідальності виконавця та замовника. Чіткої форми договору бухгалтерського аутсорсингу немає. Предметом договору є послуги, документ має відповідати вимогам ст. 901 - 907 ЦКУ: має бути чітко визначено обсяг послуг, які надаються виконавцем (наприклад, складання фінансової та

податкової звітності, а також звітності до державних цільових фондів, складання або перевірка, обробка первісних документів тощо); має бути встановлена оплата за надані послуги або зазначено, що послуги надаються безоплатно. При безоплатному наданні послуг замовник зобов'язаний відшкодувати виконавцеві всі фактичні витрати, необхідні для виконання договору; виконавець повинен надати послугу особисто, а от перекласти її надання на іншу особу може тільки з дозволу замовника, встановленого договором (при цьому відповідальність перед замовником за виконання все одно лягає на виконавця, а не на таку іншу особу); у договорі має бути встановлено строк його дії; у договорі має бути погоджено порядок і наслідки розірвання цього договору, а також відповідальність сторін за його порушення. Інакше такі порядок, наслідки та відповідальність застосовуватимуться згідно з нормами ЦКУ, ГКУ та іншими нормами законодавства [4].

До переваг бухгалтерського аутсорсинг можна віднести: можливість залучення до ведення бухгалтерії підприємства (організації і т.д.) провідних спеціалістів; аутсорсингові компанії дають можливість доступу до бухгалтера для з'ясування будь-яких питань та отримання консультацій шість днів на тиждень, при цьому тривалість робочого дня є більшою 8 год; взаємозамінність бухгалтерів, що працюють на аутсорсингу; можливість підбору фахівця саме у обраній галузі виробництва, торгівлі чи надання послуг зі значним практичним багажем знань та навичок ведення бухгалтерії на аутсорсингу з конкретною специфікою; економія коштів на утримання бухгалтера або штату постійних співробітників; повна відповідальність та захист від ризиків у разі порушення законодавства, неправильному складанні звітності та інших випадкових помилок аутсорсерів.

Отже, бухгалтерський аутсорсинг наразі набуває широкого попиту. Для невеликих підприємств, а особливо для фізичних осіб-підприємців являється сьогодні оптимальним способом для мінімізації витрат із ведення обліку, запорукою вижити підприємству та можливістю власника сконцентруватися на

основному виду діяльності.

Список використаних джерел:

1. *Державна служба статистика України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 12.04.2021).
2. *Дошка оголошень Полтава*. URL: <https://poltava.ria.com/uk/> (дата звернення 12.04.2021).
3. Національний класифікатор України «Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10> (дата звернення 12.04.2021).
4. Рейтинг аутсорсингової привабливості (Global Services Location Index, GSLI). URL: <https://www.de.kearney.com/digital-transformation/gsli> (дата звернення 12.04.2021).
5. Бикова Г. Бухоблік за аутсорсингом. Дебет-Кредит. 2014. № 17. URL: <https://online.dtki.ua/Book/%C2%AB%D0%94%D0%9A%C2%BB%20%E2%84%9617-2014.epub/navPoint-15>. (дата звернення 12.04.2021).
6. Гура Ю. Бухгалтерський аутсорсинг: ризик або економія? URL: https://mik.kh.ua/stati/buxgalterskij-autsorsing-rizik-abo-ekonomiya/?_rstr_nocache=rstr699605d8ca7b5c77 (дата звернення 12.04.2021).

*Науковий керівник: Лега О. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавська державна аграрна академія*

УДК 331.1:338.43

Ланченко Євгеній Олександрович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Національний університет біоресурсів і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ІНСТИТУЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Анотація: наведено теоретичний аналіз категорій інституційного механізму регулювання соціально-трудова відносин в аграрній сфері та визначено його складові елементи.

Ключові слова: інститут, інституція, соціально-трудова відносини, аграрна сфера, інституційний механізм.

Нині триває дискусія щодо застосування категорій «інститут» і «інституція». Так, остання, як зазначає Т. Коць, зберігає своє латинське значення «настанова, пояснення чогось» і означає особливості управління, механізми дії правових норм у певній сфері суспільних відносин. Інституції не просто називають явище суспільного життя, а інформують про його визначальні ознаки. Практика слововживання показує, що синонімом поняття «інституція» є слово «механізм», яке не може стати в один значеннєвий ряд зі словом «інститут» [1]. Наприклад, інституція найму працівників, інституція оплати праці, інституція наукової організації праці в підприємстві тощо.

У підтвердження цього вчені М. Кармазіна й О. Шурбована зазначають про зміст інституту, який охоплює поведінку індивідів і їх інтереси, стратегії, систему цінностей, настанов. Семіотика розглядає інститути як продукт людської комунікації через знакову систему, що постала внаслідок впливу культури й традицій. Зовнішній вияв інститутів проявляється через правове закріплення норм. Інституціям відводиться значення символічних, звичаєвих, семіотичних значень та практик, закріплення й відтворення яких здійснюється за допомогою таких соціальних організацій, як інститути [2].

Серед учених-аграрників О. Г. Шпикуляк указує, що в економіці чіткого розуміння й розмежування понять «інститут» та «інституція» немає. Інституції є правилами, а інститути – утвореннями, які структурують економічну взаємодію

агентів ринку. Саме інституційний «ґрунт» є фундаментальним стимулом соціального й економічного поступу. У забезпеченні розвитку інститутів аграрного ринку держава повинна враховувати: рівень соціально-економічного розвитку села; законодавчі норми; норми ментальності; рівень трансакційних витрат; особливості розподілу інформації між учасниками ринкового процесу; засади міжсекторного партнерства. Розвиток інститутів має спрямовуватися на розв'язання проблем ефективності аграрного бізнесу, підвищення рівня соціально-економічного розвитку села [3].

Одноставності думок учених щодо інституцій, інститутів, інституційного забезпечення розвитку економічних процесів не простежується. Для узагальнення можна зазначити, що інституції, інституційне середовище та інституційне забезпечення разом з інститутами в економіці формують інституційний механізм, який забезпечує правовий порядок, регламентацію та ефективне управління соціально-економічними процесами. Так, у розвитку соціально-трудових відносин в аграрній сфері важливе місце займає елемент «методи регулювання». Тому для їх чіткого визначення необхідно дослідити процес інституціоналізації регулювання аграрних соціально-трудових відносин.

Учений С. М. Кваша стверджує, що проблема визначення ролі держави в регулюванні економіки призвела до формування змішаної системи регуляторної політики. У сільському господарстві однією з першопричин державного регулювання є особливість біологічного характеру, а саме існування високого рівня залежності виробництва від кліматичних факторів, діяльності людини, флори, фауни, обсягів основного й обігового капіталів тощо. Регулювання виробництва повинне бути спрямоване на досягнення цілей аграрної політики. Втручання держави в регулювання сільськогосподарського виробництва є загальносвітовою тенденцією і перехід України до ринкової економіки посилює роль держави в цьому процесі [4, с. 15-29].

Тут можна доповнити, що для балансування комплексу інтересів розвитку сільського господарства й аграрного ринку, забезпечення виконання соціально-демографічної функції галузі не вистачає такої цільової групи, як сільське населення (зокрема персонал і самозайняті в аграрній сфері). Адже на селі

проживає майже третина населення України вже впродовж кількох десятиліть. Крім продовольчої безпеки й експортного потенціалу розвиток аграрного сектору економіки забезпечує умови та мотиви соціально-трудової активності в сільських громадах, їх життєздатність. Тому інституційний механізм регулювання соціально-трудових відносин в аграрній сфері спрямований забезпечити поєднання напрямів соціального, аграрного й сільського розвитку.

Останні зміни в структурі державних органів виконавчої влади, які забезпечили передання функцій у кінці 2019 р. до Мінекономіки щодо формування та реалізації державної політики у сфері праці, зайнятості населення, трудової міграції, трудових відносин і соціального діалогу (разом із Мінсоцполітики), а також процес децентралізації влади й реформування місцевого самоврядування, забезпечують концентрацію в одному відомстві більшість важелів державного впливу на соціальний і економічний розвиток. Таким чином, слід забезпечити ефективне регулювання аграрних соціально-трудових відносин і функціонування соціально-трудової сфери в спроможних об'єднаних територіальних громадах.

Зважаючи на сучасний критичний стан соціально-трудової сфери в сільській місцевості, головним завданням сучасної політики Мінекономіки має бути активна політика сприяння зайнятості в аграрній сфері шляхом збільшення робочих місць і покращення якості трудового життя, сприяння розвитку соціальної сфери в сільській місцевості. Це можна досягнути завдяки інституційному забезпеченню державного й договірною регулювання аграрних соціально-трудових відносин.

Таким чином, відповідно до потреб розвитку системи соціально-трудових відносин в аграрній сфері формуються інститути. Інститут сторін, інститут рівнів аграрних соціально-трудових відносин, інститут соціального діалогу тощо, які формують зв'язки між елементами досліджуваної системи. Тому інституційний механізм регулювання аграрних соціально-трудових відносин передбачає визначення: мети й завдань, методів та інструментарію регулювання, концептуальних заходів, очікуваних результатів, порядків моніторингу тощо. Так, метою є соціальний, аграрний і сільський розвиток, завданнями є:

1) конструктивний діалог між суб'єктами соціально-трудових відносин;
2) формування соціального капіталу в об'єднаних територіальних громадах;
3) збільшення формальної раціональної зайнятості в аграрній сфері;
4) оптимальний обсяг і структура виробництва агропродовольчої продукції;
5) розвиток різних видів аграрних формувань. Методи: правовий; фінансово-економічний; програмно-цільовий; договірний; адміністративний; організаційний; посередницький; партисипативний та їх відповідні інструменти. Концептуальні заходи: укладання й виконання колективних угод і договорів; удосконалення організації та оплати праці; ефективне землекористування в галузі; підтримка виробництва трудомісткої продукції; розвиток аграрної освіти; формування інвестиційної привабливості аграрної сфери; розвиток агропромислової інтеграції і агрокластерів в об'єднаних територіальних громадах; імплементація в систему соціально-трудових відносин в аграрній сфері земельних питань та ін. Результати: раціональна зайнятість і поліпшення якості трудового життя в аграрній сфері; ефективний і диверсифікований агробізнес; продовольча безпека; розвиток сільських територій і об'єднаних територіальних громад. Моніторинг розвитку системи соціально-трудових відносин в аграрній сфері: об'єктивна оцінка розвитку соціально-трудових відносин, інформаційне забезпечення стейкхолдерів розвитку соціально-трудових відносин, баланс інтересів і відповідних результатів для суб'єктів соціально-трудових відносин у галузі.

Функціонування інституцій зумовлює становлення інститутів у сфері регулювання соціально-трудових відносин в аграрній сфері, що в сукупності є об'єктивно необхідним і перманентним процесом і формує інституційний механізм регулювання соціально-трудових відносин в аграрній сфері.

У державі, яка задекларувала курс на формування соціально орієнтованої ринкової економіки, соціальна й аграрна політики мають забезпечити досягнення соціальної справедливості в суспільстві, мобілізувати ресурси та спрямувати зусилля на підвищення якості трудового життя в аграрній сфері й рівня життя в сільській місцевості. Адже очевидним є факт, що рівень соціального розвитку сільських територій є на порядок нижчий, ніж у містах.

Соціальна політика як система заходів і підходів її впровадження, пов'язана з вирішенням проблем підвищення добробуту населення, його духовного й фізичного розвитку, захистом соціально вразливих верств населення, забезпеченням здорового харчування й способу життя тощо. Необхідно забезпечити раціональний рівень споживання різних продуктів харчування, оскільки надмірне споживання одних (картопля, хліб, цукор – вуглеводи) за очевидної нестачі інших (м'ясо-, молоко-, риба- й плодово-ягідна продукція – білки й клітковина) зумовлює поширення побічних негативних явищ (зайва вага, захворювання, зниження життєвої активності осіб тощо). Тому забезпечення внутрішнього виробництва агропродовольчої продукції шляхом збільшення рівня формальної зайнятості населення в аграрній сфері, покращення купівельної спроможності населення є очевидними нагальними завданнями соціальної та аграрної політики держави.

Список використаних джерел:

1. Коць Т. Інститути – інституції. URL: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine60-33.pdf>
2. Кармазіна М., Шурбована О. «Інститут» та «інституція»: проблема розрізнення понять. *Політичний менеджмент*. 2006. № 4. с. 10-19.
3. Шпикуляк О. Г. Проблеми формування інститутів ринку в аграрній сфері. *Економічні науки. Серія: Облік і фінанси*. 2010. Вип 7 (25). Ч. 3. с. 10-19.
4. Кваша С. М., Усаченко Л. М., Олефіренко Т. В. Напрями державного регулювання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції: монографія. К.: Компринт, 2012. 187 с.

УДК 657

Лега О. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Яловега Л. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Прийдак Т. Б., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ПОРЯДОК ЗДІЙСНЕННЯ ПРОЦЕДУРИ «DUE DILIGENCE»

Анотація: Розглянуто сутність категорії «due diligence», мету та роль в оцінці ризиків бізнес-процесів. Систематизовано складові та результат проведення маркетингового, операційного, податкового, юридичного, фінансового, екологічного «due diligence». Узагальнено етапи проведення процедури «due diligence».

Ключові слова: due diligence, бізнес-процеси, ризики, етапи, мінімізація ризиків.

Будь-яка модель бізнесу містить такі елементи, як бізнес-процеси, організаційну структуру, інформаційні системи, ресурси та інформацію, цілі та показники бізнес-процесів. Функціонування підприємств пов'язане з ключовим завданням – задовольняти ціннісні очікування споживачів, забезпечуючи при цьому зручність, безперебійне багатоканальне просування товарів та послуг, прозорість, доступність, що потребує значної кількості ресурсів. В сучасних умовах діяльність суб'єктів господарювання супроводжується великою кількістю ризиків, які можна визначити з використанням процедури due diligence. Перелік бізнес-процесів, які необхідно проаналізувати в ході due diligence, може змінюватися в залежності від цілей аналізу. Як правило, аналізуються наступні бізнес-процеси, як: маркетинг; реалізація; виробництво; матеріальне постачання для забезпечення виробничо-господарської діяльності; інженерно-технічне забезпечення; управління фінансами, в т.ч. фінансовими потоками; планування, облік, контроль і аналіз виконання планів; управління інвестиційною діяльністю; управління якістю.

В широкому розумінні поняття due diligence походить із сфери бізнесу. Це

комплексна перевірка ризиків, пов'язаних із інвестуванням в нерухомість, придбанням бізнесу в цілому або його частини. Її проводять з метою формування довіри між сторонами майбутньої угоди. В більш вузькому розумінні due diligence означає збір та аналіз інформації про потенційних інвесторів для оцінки їх фінансового стану та надійності.

Мета процедури due diligence - уникнути або максимально знизити існуючі будь-які підприємницькі ризики, зокрема: придбання підприємства (пакета акцій) за завищеною вартістю; невиконання зобов'язань підприємством-боржником; втрати майна, грошей; заподіяння шкоди (збитків), в т.ч. нематеріальних активів, наприклад, ділової репутації; ініціювання судових позовів і їх несприятливих наслідків; накладення арешту на майно або застосування інших забезпечувальних заходів; визнання угоди недійсною; накладення стягнення на майно, цінні папери (акції); залучення до податкової, адміністративної або кримінальної відповідальності; виникнення корпоративних конфліктів (захоплення, поглинання, судові тяжби); втрати інтелектуальної власності (товарного знака, промислового зразка, винаходу, ноу-хау, комерційної ідеї, бізнес-плану і т.д.); політичні ризики і ризик втрати адміністративних ресурсів (зміна законодавства, зміна посадової особи, від яких залежав успіх або стабільність відповідного проекту, кримінальне переслідування); недобросовісних дій конкурентів (змова з контрагентами, ініціювання «замовних» податкових, оперативних перевірок, цінова політика, лобіювання інтересів і т.д.); неотримання або втрати відповідних дозволів, ліцензій, погоджень і т.д., від яких залежить проект, угода і т.д. [1].

Зазначимо, що при проведенні процедури due diligence оцінюють ризики функціонування підприємства. Зокрема, минулі - історія підприємства, фінансові показники за попередні періоди; теперішні – поточні фінансові дані або останні дані на звітну дату; майбутні – можливі варіанти розвитку підприємства, аналіз договорів з клієнтами, працівниками, кредитними уставами, орендодавцями та іншими третіми сторонами, які впливають на діяльність підприємства.

У табл. 1 узагальнено основні елементи процедури due diligence у розрізі основних її видів.

Таблиця 1

Основні елементи процедури due diligence *

Сутність	Складові	Результат
Податковий		
аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства за три останні роки з метою визначення реального фінансового стану фірми на поточний момент та встановлення потенційних податкових ризиків	оцінка загального податкового тягаря і основних податків, що сплачуються; аналіз перспектив зміни податкового тягаря в зв'язку реформуванням податкового законодавства або зміни судової практики; оцінка основних податкових ризиків; виявлення ризиків пред'явлення претензій, податкових повідомлень-рішень з боку податкових органів; визначення законності використовуваних компанією схем податкової оптимізації	звіт з описом потенційних податкових ризиків. Рекомендації по мінімізації податкових ризиків
Операційний		
проведення експертизи установчих документів компанії, спрямованої на визначення структури володіння організацією, обсягу майнових і немайнових прав кожного власника (акціонерів)	аналіз історії та перспектив розвитку підприємств; аналіз організаційно-правової форми підприємств; оцінка ефективності організаційної структури і рівня корпоративного управління; - оцінка менеджменту і персоналу підприємства.	незалежний звіт щодо експертизи установчих документів компанії. Рекомендації зниження майбутніх ризиків
Юридичний		
правова експертиза всіх правостановлюючих документів по кожному активу з метою виявити їх вид і обсяг, ризик вибуття	перевірка законності установчих документів та формування статутного капіталу підприємства; перевірка законності схеми управління підприємством; оцінка законності призначення та обсягу повноважень органів управління; перевірка юридичної «чистоти» прав на майно, що купується; перевірка реєстрації прав власності на нерухомість і виявлення наявних обтяжень; юридична перевірка володіння пакетами акцій інших підприємств; оцінка ризиків залучення до відповідальності з боку державних органів і контрагентів	звіт з перерахуванням можливих правових ризиків. Рекомендації щодо мінімізації правових ризиків та захисту активів
Маркетинговий		

Сутність	Складові	Результат
оцінка ринкової кон'юнктури, основних трендів і продукту з точки зору конкурентоспроможності на ринку	оцінка поточного стану компанії на ринку; оцінка ділової репутації компанії; аналіз конкурентного середовища і виявлення конкурентних переваг; аналіз основних існуючих та потенційних клієнтів і партнерів	звіт з перерахуванням можливих ризиків маркетингової політики
Фінансовий		
аналіз основних фінансових показників для оцінки перспективи придбання бізнесу і його подальшого розвитку	оцінка фінансової системи бізнесу; аналіз структури доходів і витрат; оцінка системи бухгалтерського та управлінського обліку; оцінка достовірності звітності; оцінка динаміки фінансових показників (розрахунок фінансової стійкості, коефіцієнтів платоспроможності і ділової активності тощо)	звіт з показниками і коефіцієнтами, висновок оцінювача
Екологічний		
оцінка ймовірності можливого негативного впливу на навколишнє середовище і розрахунок завданих збитків від майбутнього проекту	аналіз діяльності (планованої або здійснюваної) з точки зору охорони навколишнього середовища; оцінки екологічних ризиків для підприємств; повний аналіз діяльності відповідно до чинних законодавчих та санітарно-гігієнічних норм	звіт з оцінкою екологічних ризиків та ідентифікацією прихованих загроз, які можуть призвести до економічних втрат, викликані невідповідністю документації законодавчим і санітарно-гігієнічних нормам

* Побудовано авторами на підставі [1-3]

Порядок проведення процедури due diligence можна узагальнити в наступні етапи:

1. Складання договору про конфіденційність інформації, порядок і строки проведення процедури.

2. Визначення організаційних (обсяг, час, місце проведення, вартість, перелік фахівців, які здійснюватимуть процедуру, укладання договорів про конфіденційність із зазначенням умов надання інформації та доступу до документів, перелік осіб, які мають такий доступ, організаційні заходи, спрямовані на забезпечення режиму конфіденційності) та фінансових питань (ознайомлення з потенційним об'єктом угоди купівлі-продажу, складання листазобов'язання щодо надання послуги).

3. Визначення специфічних зон ризику на яких варто сфокусуватись та індивідуальних процедур, які мають бути виконані.

4. Формування списку документів та інформації. Відбувається збір інформації в частині основних документів, які будуть перевірятися. При цьому, враховується специфіка об'єкта дослідження та збираються максимально повні, достовірні дані про фінансовий стан підприємства, його виробничі потужності, про контрагентів і партнерів.

5. Застосування детальних процедур due diligence, основними складовими якої є: Проведення перевірки, аналіз інформації про підприємство, яке придбавають, проведення інвентаризації, зустрічі з керівництвом і співробітниками підприємства, які, здебільшого, можуть краще пояснити особливості бізнесу та інколи навіть дати відповіді на питання, які залишаються незрозумілими після аналізу письмових матеріалів.

6. Підготовка і надання звіту. Висновки, отримані в ході «due diligences» відображають у звіті або ж інформаційній довідці з представленням основних питань, які цікавлять замовників.

Отже, процедура due diligence спрямована на перевірку законності всіх напрямків діяльності. Основною метою процедури due diligence є уникнення або максимальне зниження існуючих підприємницьких ризиків.

Список використаних джерел:

1. Due Diligence (послуги «Дью ділідженс»). URL: <https://audit-optim.com.ua/services/due-diligence> (дата звернення 30.03.2021).

2. Дью дилидженс (Due Diligence). URL: https://www.audit-it.ru/terms/audit/due_diligence.html (дата звернення 30.03.2021).

3. Екологічний дью ділідженс (Оцінка екологічних ризиків) URL:<https://mcl.kiev.ua/uk/ekologicheskij-dyu-dilidzhens-otsenka-ekologicheskikh-riskov/> (дата звернення 30.03.2021).

4. Сітарчук А. Ю. Сутність due diligence і можливості використання в Україні. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2013. № 1 (16). С. 267 – 269.

УДК 330.1

Мац Т.П., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет
(м. Полтава, Україна)

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання в сучасних, конкурентних умовах сьогодення залишається одним із ключових моментів ведення бізнесу. Сучасні умови господарювання не забезпечуються єдиним, ефективним, безпечним та уніфікованим механізмом управління. Доступні підприємствам лише елементи регулювання: правові, економічні та соціальні заходи прямого та опосередкованого впливу.

Ключові слова: економічна безпека, соціально-економічний розвиток, ефективність, організаційно-економічний механізм.

Економічна безпека суб'єкта господарювання є найважливішою складовою економічної безпеки держави і розглядається здатність забезпечити ефективне функціонування національної економічної системи та економічне зростання.

Соціально-економічна криза, що характеризується високим рівнем фінансових ризиків такими як дефіцит державного бюджету, інфляція, спад виробництва, безробіття та значне погіршення життя населення, істотно ускладнює умови діяльності господарюючих суб'єктів, тому постає проблема гарантування в ринкових умовах фінансової безпеки підприємств шляхом запровадження відповідного механізму управління.

Розроблений дієвий механізм управління фінансовою безпекою суб'єкта господарювання дасть змогу протистояти загрозам фінансового характеру, стабільно розвиватися та підвищувати економічний потенціал.

Економічна безпека являє собою насамперед складову національної безпеки, яку можна визначити, як захищеність життєво-важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам [1].

Сак Т.В. розглядає економічну безпеку як забезпечення в довгостроковій

перспективі таких систем показників, як: 1) економічна незалежність (фінансова, сировинно-ресурсна, інноваційна тощо); 2) економічна стабільність (рівень розвитку, що гарантує відчуття безпеки сьогодні та в майбутньому);

3) економічний розвиток (інноваційно-інвестиційна активність, реструктуризація, фінансове оздоровлення) [2].

Бондаревська О.М. пропонує розглядати економічну безпеку як взаємозалежну систему її різних рівнів — глобального, міжнародного, національного, регіонального, рівня окремо взятої господарської структури, особи [3]:

1. Глобальний рівень.
2. Наднаціональний (міжнародний) рівень.
3. Макроекономічний рівень (економічна безпека країни).
4. Регіональний рівень.
5. Мікроекономічний рівень (економічна безпека підприємства).
6. Особистісний рівень.

Категорії економічної безпеки суб'єкта господарювання пов'язана з існуванням великої кількості загроз, які необхідно враховувати у ході прийняття управлінських рішень. Саме від здатності суб'єкта господарювання вчасно адаптуватися до впливу даних загроз буде залежати ефективність його діяльності. Виділяють наступні характерні ознаки економічної безпеки суб'єктів господарювання:

- економічна рівновага підприємства;
- конкурентоздатність підприємства;
- економічна свобода підприємства;
- економічний розвиток підприємства;
- гармонійна взаємодія підприємства із зовнішнім середовищем.

Процес забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання є досить складним і охоплює широке коло елементів, найбільш оптимально поєднавши які підприємство матиме змогу забезпечити свій стабільний

розвиток.

Найбільшу увагу в системі заходів, спрямованих на фінансову стабілізацію в умовах кризової ситуації, слід приділити етапу відновлення і зміцнення рівня фінансово-економічної стійкості підприємства – запоруки усунення неплатоспроможності й фундаментальної основи фінансової стратегії, що забезпечує економічне зростання. У загальному вигляді стратегічне антикризове управління фінансовою стійкістю – це діяльність, яка полягає у виборі дій для досягнення довгострокових цілей у постійно змінних умовах, тобто сфера діяльності вищого управлінського персоналу, яка забезпечує стійкість фінансового стану підприємства у довгостроковій перспективі за рахунок великої частки власного капіталу в загальній сумі джерел фінансових ресурсів [4].

Таким чином, для забезпечення успішної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, уникнення зовнішніх та внутрішніх загроз всередині підприємства необхідно забезпечити його фінансово-економічну безпеку. В свою чергу для ефективного впровадження економічної безпеки потрібно на розробити та впровадити механізм забезпечення економічної безпеки. В основі механізму забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання знаходиться системне поєднання певних інструментів, методів, важелів та інформаційно-аналітичного забезпечення, створюваних на базі принципів забезпечення економічної безпеки, що об'єктивно існують як економічні закономірності, а також виробляються суб'єктами управління фінансової безпеки підприємства для досягнення і захисту економічних інтересів.

Список використаних джерел:

1. Білик Р.І. Економічна безпека регіону у системі сучасної регіональної політики України. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України*. 2013. № 2. С. 31-37.
2. Сак Т.В. Економічна безпека України: поняття, структура, основні тенденції. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал Інноваційна економіка*.

2013. № 6. С. 336-340.

3. Бондаревська О.М. Економічна безпека регіонів у системі економічної безпеки держави. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. С. 54-57.

4. Пилипенко К.А. Продовольча та фінансово – економічна безпека с системі менеджменту аграрних підприємств. *Сучасний стан та пріоритети розвитку системи обліку, оподаткування й аналізу виробничо – економічної діяльності суб'єктів господарювання агропромислового сектору економіки* : [Коллективна монографія] / за заг. ред. проф. Л. О. Мармуль. Херсон : Айлант, 2018. С. 205 – 226.

УДК 338.22.01

А. В. Мельник, студентка
кафедри міжнародних економічних відносин,
регіональних студій та туризму
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ЗАВДАННЯ І ФУНКЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація: Досліджено теоретико-методологічні засади формування та розвитку економічної політики держави за умов глобальних трансформацій. Розкрито основні тенденції реалізації економічної політики держави. Визначено основні функції політики нашої держави в економічній сфері, обґрунтовані пріоритети та основні завдання державної економічної політики.

Ключові слова: держава; економічна політика; регулювання; глобалізація; функції держави.

Теорія державної економічної політики є стрижнем сучасної концепції державного регулювання економіки та соціально-економічного реформування суспільства. Нинішні кризові економічні та соціально-політичні процеси в Україні, що є результатом як загальних викликів глобалізації, так і особливих національних суперечностей, виявили гострі проблеми досягнення соціально прийнятних ефектів економічної політики країни.

Ефективність національної економіки визначається її здатністю адекватно та гнучко реагувати на проблеми, що виникають на певному етапі розвитку. В сучасних умовах посилюються виклики, що виникають через динамічний прогрес технологічного розвитку, посилення конкуренції на світових ринках, необхідність задоволення суспільних потреб, що постійно зростають, пошук нових підходів до забезпечення ефективного взаємодоповнення сталого розвитку, посилення вимог до збалансування національних інтересів глобальний розвиток, необхідність збалансованого балансу між постійною появою нових можливостей і загрозами в умовах кризи, що швидко поширюється. Здатність національної економіки розвиватися в тренді, визначеному поточними викликами, суттєво залежить від ефективності економічної політики.

Визначаючи певний ступінь автономії держави в економічній політиці, варто зазначити, що глобалізація трансформує її функції та форми. Дослідження глобального розвитку останніх років дозволяє виділити два взаємопов'язані, але водночас різні напрями трансформації, які безпосередньо зосереджені в площині цього питання.

Перший - це дерегуляція, яка передбачає зниження активного втручання держави в економічні процеси, зміщення інституційного балансу в бік ринкових сил та транснаціональних підприємців та широкомасштабне застосування механізмів саморегулювання в тих сферах, які раніше регулювалися виключно державою.

Другий - це трансформація регуляторної системи, суть якої полягає у зміні не правил, що регулюють економічні процеси, а підходів до розробки норм та регуляторних рішень [10, с.7].

На початку XXI ст. світова економіка вийшла новий етап розвитку, настання якого зумовлене суперечностями між транснаціональним виміром капіталу та державним суверенітетом, які стрімко активізувались. Це глибоке протиріччя між процесами глобалізації, що визначають ліберальні принципи економічного розвитку зосередженою на державному рівні.

У контексті таких змін та принципового оновлення методологічної структури трансформуються основи розвитку глобальної економіки як складної багаторівневої системи, здатної до саморозвитку і самоорганізації. Асиметричні наслідки порушення пропорцій витрат між реальним та фінансовим секторами світової економіки призводять до постійного системного дисбалансу, який за таких умов набуває ознак турбулентності [4, с. 11].

Головним наслідком глобалізації є насамперед обмеження регуляторних функцій держав. У той же час країни вже не можуть належним чином захистити національні економіки від асиметричних шоків та дисбалансів. В результаті лібералізації уряди держав втрачають здатність ефективно використовувати низку макроекономічних інструментів. Крім того, вони змушені враховувати

інтереси транснаціональних корпорацій, тому інтереси держави поєднуються з інтересами найвпливовіших компаній.

Світовий ринок фіксує поточну ситуацію, тоді як ефективна економічна політика держави створює основу для мультиплікативного збільшення його творчого потенціалу.

По-перше, прискорюючи розвиток, така політика спричиняє збільшення доходів, що супроводжується зростанням та диверсифікацією внутрішнього попиту.

По-друге, послаблюючи тиск глобальної конкуренції та надаючи фінансову підтримку, держава активізує формування та розвиток нових видів економічної діяльності. Однією з особливостей сучасного етапу глобалізації є те, що вона формується і проявляється шляхом розвитку різних форм економічної організації в глобальному масштабі.

Основні функції економічної політики держави, враховуючи виділені елементи, включають [14, с. 12]:

- забезпечення правопорядку в країні в цілому, без якого не можливо уявити ефективне функціонування будь-якої сфери суспільного життя, включаючи економічне;

- гарантії дотримання всіма членами суспільства, включаючи учасників ринку, загально визнаних "правил гри";

- підтримка і створення інфраструктури, на основі якої повинна ефективно функціонувати економіка держави;

- створення та підтримка соціального фону, який сприяє нормальному функціонуванню економіки.

Негативні наслідки світової фінансово-економічної кризи внаслідок глобального локдауну, спричиненого поширенням гострого респіраторного захворювання COVID-19, спричиненого коронавірусом SARS-CoV-2, безсумнівно, порушують питання негайного відновлення та модернізації внутрішнього економічного потенціалу нашої країни. Для поліпшення

економічної ситуації потрібно проводити такі заходи економічної політики [3, с. 17]:

- вдосконалення торгового балансу;
- активний розвиток переробної промисловості;
- реіндустріалізація та інноваційний розвиток економіки;
- розвиток середнього і малого бізнесу;
- створення нових і збереження існуючих робочих місць;
- ріст доходу; збільшення платоспроможного попиту домогосподарств;
- зростання податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів;
- оновлення виробництва та підвищення конкурентоспроможності внаслідок посилення попиту з боку держави;
- прискорення оборотності вкладеного капіталу, тощо.

Нагальна потреба у залученні інвестиційних ресурсів є надзвичайно актуальною проблемою українських економічних реалій сучасного періоду. Тому що вся економічна діяльність є цілеспрямованою, існує потреба в вдосконаленні та оптимізації її розвитку за допомогою системи економічної політики, яка визначає її цілі, пріоритети та завдання з метою формування оптимального напрямку економічного розвитку. Принцип економічної оптимальності набуває в цьому випадку універсального значення, оскільки саме національне виробництво стає організованим і націленим на досягнення єдиної і спільної мети соціально-економічного розвитку [8, с. 21].

Удосконалення економічної системи - це максимізація економічного добробуту суспільства наряду із досягненням макроекономічних цілей - повної зайнятості, платіжного балансу, стабільності цін, оптимального економічного зростання.

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що з позиції системного підходу максимальний ефект економічного розвитку може бути досягнутий, коли всі відповідні регулятори та підсистеми мають цілі, взаємопов'язані з кінцевою метою системи в цілому, що, в свою чергу, сприяти

усуненню суперечливості в діях різних державних регуляторів. Але жодна економіка ще не змогла досягти такого максимального системного ефекту, оскільки ці системні суперечності є загальними для всіх економік у світі.

На сьогодні вирішити стратегічні завдання розвитку України можливо лише за допомогою комплексного реформування економіки, державного управління та правоохоронних органів. Актуальність переходу до такої економічної політики, яка була б адекватною гострим викликам для нашого суспільства, стає дедалі гострішою. Без цього неминуче можна потрапити в загрозовий соціально-економічний "тулик" із згубними наслідками для суспільства та держави в цілому.

Список використаних джерел:

1. Геєць В. М. Особливості взаємозв'язку економічних і політичних передумов реконструктивного розвитку економіки України. *Економіка України*. 2016. № 12. С. 3–21.
2. Геєць В. Новий прагматизм – інструмент досягнення кращого майбутнього. *Економічна теорія*. 2017. № 1. С. 5–24.
3. Колодко Гжегож В. Новий Прагматизм, або економіка помірності. *Економіка України*. 2013. № 11. С. 13–28.
4. Лагутін В.Д. Економічна політика держави та ефекти її реалізації. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. № 4. С. 5–21.
5. Уманців Ю. Економічна політика держави в умовах глобалізації. *Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту*. 2020. № 1. С. 5–18.

УДК 331.556

Метлицька В.О., студентка
Черба В.М., к.н.держ.упр., доцент
кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ОСОБИСТЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО – ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Анотація: У статті розглянуто сутність особистого страхування та його нормативну базу. Виділено основні види особистого страхування та основні тенденції розвитку страхових компаній в Україні.

Ключові слова: особисте страхування, Україна, медичне страхування, страхування від нещасних випадків, страхування життя

В Україні відбувається розвиток страхового ринку, оскільки відбувається зростання добробуту населення та інші позитивні зміни макроекономічної ситуації. Важливим механізмом ринку страхування та соціального захисту населення є особисте страхування, оскільки не тільки доповнює соціальне страхування, а й допомагає розв'язувати проблеми у сфері пенсійного страхування та охорони здоров'я, при цьому, особисте страхування не збільшує навантаження на державний бюджет країни.

Особисте страхування – це галузь страхової діяльності, яка забезпечує страховий захист громадян або зміцнення досягнутого ними сімейного добробуту. Необхідність особистого добровільного страхування обумовлено ризиковим характером відтворення робочої сили, підвищенням ступеню ризику життя у зв'язку з активним розвитком суспільства, погіршенням умов довкілля, а також зростанням кількості людей похилого віку в загальній чисельності населення [1].

Найпоширенішими видами особистого страхування є такі види страхування життя, як:

- страхування на випадок смерті;
- страхування на випадок дожиття до закінчення терміну страхування або певного віку;

- змішане страхування життя [1].

Одним з основоположних актів з особистого страхування є Закон України "Про страхування" 07.03.1996 № 85/96-ВР. Відповідно до статті 4 Закону України "Про страхування" особисте страхування можна визначити як страхування майнових інтересів, що не суперечить законодавству України й пов'язані з життям, здоров'ям, працездатністю та додатковою пенсією страхувальника або застрахованої особи. Об'єкти особистого страхування не мають вартісної оцінки, тому вважається, що не відбувається компенсація матеріальної шкоди, а мають місце виплати страховика на користь страхувальника або його родини, які мають характер фінансової допомоги.

Особисте страхування включає: страхування життя; страхування від нещасних випадків; страхування додаткової пенсії; добровільне медичне страхування; страхування від нещасних випадків на транспорті [2].

Страхування від нещасних випадків має такі різновиди: індивідуальне страхування; страхування школярів; страхування робітників та службовців шляхом засобів підприємств (в основному обов'язкове, але може бути й добровільним); обов'язкове страхування пасажирів повітряного, водного, залізничного та автомобільного транспорту [3].

Особливе місце в особистому страхуванні займають: страхування додаткової пенсії, оскільки воно не належить ні до страхування життя, ні до страхування від нещасних випадків; медичне страхування, оскільки у формі обов'язкового набуває рис соціального страхування, а у формі добровільного – особистого [4].

За даними Національного Банку України станом на 31.03.2020 року в Україні існує 225 компаній, з них 203 компанії спеціалізується на ризиковому страхуванні, а 22 – на страхуванні життя. Кількість страхових компаній має тенденцію до зменшення, оскільки у 2019 році було на 8 одиниць компаній більше, а у 2018 році на 56 компаній більше, ніж у 2020 році.

За наведеними даними можна зробити висновок, що для страховиків, які

займалися особистим страхуванням, найпривабливішим було страхування життя, а найменш привабливим – медичне страхування.

До основних тенденцій розвитку страхових компаній в Україні можна віднести:

- збільшення кількості страхових компаній;
- укрупнення страховиків;
- розширення філіальної мережі;
- зростання статутних та резервних фондів; підвищення платоспроможності страховиків;
- зростання обсягів страхових операцій з усіх видів страхування [1].

Потрібні певні кроки щодо підвищення ролі страхування в економічному житті України та його інтеграції у світовий економічний простір: переведення національного страхового ринку на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та аудиту; удосконалення законодавчої бази страхування; удосконалення організаційної структури та подальший розвиток інфраструктури страхового ринку на рівні світових вимог; відновлення довіри населення до страховиків, що вимагає гарантій повернення вкладених коштів і нарахованих на них відсотків; інтеграція страхового ринку України до світового ринку страхування [5].

Людське життя не можливо купити за якісь гроші, оскільки воно не має грошової оцінки, а здоров'я громадян – це не тільки критерій рівня розвитку і добробуту населення, це найвища суспільна та індивідуальна цінність, оскільки впливає на велику кількість процесів та результатів не тільки культурного та соціального розвитку країни, а й економічну та демографічну ситуацію.

Кожне з вищезазначених видів особистого страхування має свої особливості. Наприклад, медичне страхування – це важливий елемент ринку та дуже ефективно доповнення системи соціального забезпечення.

Особисте страхування є дуже важливим та впливовим інструментом, який забезпечує стабільність в суспільстві, оскільки страхування сприяє не тільки підвищенню матеріального стану, а також зміцненню населення та спрямуванню

коштів в економіку країни на інвестиційні цілі.

Список використаних джерел:

1. Осіпова, М. А., Ольвінська Ю. О. Особливості розвитку особистого страхування в Україні. *Статистика–інструмент соціально-економічних досліджень*: зб. наук. студ. пр. Вип. 2. Одеса, ОНЕУ. 2016. С. 215-221.
2. Вовчак О. Стан та перспективи розвитку страхового ринку України. 2007. № 1. С. 107-115.
3. Бігдаш В. Д. Страхування : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. зак.]. К. : МАУП, 2006. 448 с.
4. Самотоєнкова О. В., Ольвінська Ю. О. Економічна статистика. Одеса: ОДЕУ. 2010. 182 с.
5. Підгорний А. З. Статистика ринків: навчальний посібник. Одеса: Атлант. 2014. 408 с.

УДК 330.341

А. Осіпова, к.е.н., викладач кафедри економіки
Уманський національний університет садівництва
(Умань, Україна)

ФІНАНСОВІ СТИМУЛИ СПОНУКАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Анотація: В умовах світової пандемії зростає значення сільського господарства, ускладнюються технологічний та інвестиційний процеси забезпечення ефективного господарювання галузі. Оновлення потребують і дії з боку держави для збалансування процесів інвестиційного розвитку аграрного сектору. Досвід зарубіжних країн свідчить, що сільськогосподарське виробництво завжди перебуває під увагою органів державного управління і забезпечується стимулюючими заходами впливу, дотаційним фінансуванням, пільговим кредитуванням, оподаткуванням тощо. Зважаючи на важливість сільського господарства державне регулювання інвестиційної діяльності сільського господарства не втрачає актуальності і є перспективним у сучасних умовах розвитку України.

Ключові слова: держава; сільське господарство; державне регулювання; інвестиційний потенціал; інвестиційна діяльність.

Досягнення ефективного розвитку сільськогосподарського виробництва можливе за умови гармонійного поєднання виокремлених п'яти основних видів державного регулювання: фінансового, економічного, правового, інвестиційного та бюджетного. Оптимальне поєднання інструментарію означених видів державного регулювання створить сприятливе середовище для сталого розвитку сільського господарства.

Державне регулювання інвестиційної діяльності здійснюється з метою реалізації економічної, науково-технічної і соціальної політики, виходячи з цілей та показників економічного і соціального розвитку України, державних і регіональних програм розвитку економіки, державного та місцевих бюджетів, зокрема передбачених у них обсягів фінансування інвестиційної діяльності [2].

Питання державного регулювання інвестиційної діяльності завжди залишається на часі та знайшло висвітлення у доробках багатьох дослідників, серед яких О. Захарчук, М. Кропивко, О. Могильний, П. Саблук, О. Шпикуляк та ін. [1].

Державне регулювання інвестиційного процесу в сільському господарстві й інших галузях АПК здійснюється через державні програми підтримки цін на сільськогосподарські товари та доходи, організацію державної інспекції і системи загальнонаціональних стандартів. Зарубіжна практика регулювання розвитку сільськогосподарського виробництва спирається на використання спеціалізованих кредитних і страхових продуктів, фінансових інструментів (субсидій, субвенцій, дотацій), розробку цільових програм і спеціальне оподаткування. При цьому об'єктами регулювання є малі та середні форми сільськогосподарські виробники. В Україні ж перевага надається великим виробникам, а реалізація державного регулювання здійснюється шляхом фінансових інструментів і державних цільових програм розвитку та підтримки. Крім зазначеного, серед практикованих напрямів державного регулювання на вітчизняних теренах задіяні в меншій мірі податковий, бюджетний, грошово-кредитний, ціновий і зовнішньоекономічний.

Розглядаючи ефективність провадження державного регулювання сільськогосподарського виробництва на сучасному етапі економічного розвитку галузі, слід дослідити й інвестиційну ефективність заходів (табл. 1). Проведений розрахунок показників інвестиційної ефективності державного регулювання сільськогосподарського виробництва в сучасних умовах економіки України засвідчив низьку частку інвестицій, спрямованих у сільське господарство як у ВВП держави, так і в саму галузь. Причому саме по сільському господарству відзначаються спадні тенденції за всіма показниками.

В умовах України важливим елементом системи державного регулювання сільськогосподарського виробництва є державна підтримка. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН валове накопичення основного капіталу на 1 га сільськогосподарських угідь в країні більш ніж у 4 рази менше, ніж в середньому по 162 країнах з бази організації. За рівнем бюджетної підтримки сільськогосподарських виробників Україна за даними організації посідає 58 ренкінгове місце з 66 країн з обсягом витрат у 23,36 дол

США на 1 га, що у 5 разів менше за середньосвітовий рівень [3].

Таблиця 1

Динаміка показників інвестиційної ефективності державного регулювання сільськогосподарського виробництва у 2013–2018 рр.

Показник	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення, (+,-) 2018 р. до 2013 р.
ВВП у фактичних цінах, млрд грн	1465,2	1586,9	1988,5	2385,4	2983,9	3560,6	+2095,4
ВВП сільського господарства, млрд грн	30,1	31,2	35,1	40,8	54,7	74,2	+44,1
Загальний обсяг інвестицій, млрд грн.	249,9	219,4	273,1	359,2	448,5	578,7	+328,8
Інвестиції в сільське господарство, млрд грн.	18,6	18,8	30,2	50,5	64,2	66,1	+47,5
Відношення ВВП:							
- до загального обсягу інвестицій	5,9	7,2	7,3	6,6	6,7	6,2	+0,3
- до обсягу інвестицій в сільське господарство	78,8	84,4	65,8	47,2	46,5	53,9	-24,9
Відношення ВВП сільського господарства:							
- до загального обсягу інвестицій	0,12	0,14	0,13	0,11	0,12	0,13	+0,01
- до обсягу інвестицій в сільське господарство	1,6	1,7	1,2	0,8	0,9	1,1	-0,5
Частка загальних інвестицій:							
- у ВВП	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	-
- у ВВП сільського господарства	8,3	7,0	7,8	8,8	8,2	7,8	-0,5
Частка інвестицій сільського господарства:							
- у ВВП	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	+0,01
- у ВВП сільського господарства	0,6	0,6	0,9	1,2	1,2	0,9	+0,3

Варто відзначити, що у країнах Європейського Союзу обсяги трансферів сільському господарству мають загальну тенденцію до зниження, таку ж динаміку показує частка сукупної фінансової підтримки у ВВП. В Україні ж, хоча частка сільського господарства й вища, ніж у порівнюваних країнах, рівень

сукупної фінансової підтримки галузі за останніх п'ять років набуває низьких (найчастіше від'ємних) значень. Негативне значення відсотку TSE у ВВП означає перевищення світових цін на сільськогосподарську продукцію над внутрішніми, що спричинено неефективністю впроваджуваних непрямих регуляторних заходів у галузі.

Цей же показник сукупної підтримки (TSE – Total Support Estimate), за яким вираховується сума трансферів, які отримує сільське господарство від платників податків і споживачів, крім надходжень від імпортного мита, в результаті політики підтримки аграрного сектора для різних країн в абсолютному вимірнику має різні варіації даних.

Український сільськогосподарський сектор, за дослідженнями фахівців ОЕСР, починаючи з 2014 року мав від'ємне значення показника сукупної підтримки сільського господарства країнах. Це пов'язано із скороченням розміру державної підтримки сільського господарства через обмежені можливості державного бюджету. Одночасно спостерігається тенденція до збільшення номінальних показників рівня сукупної підтримки сільського господарства країн ЄС, США та Канади.

Результативні показники провадження державного регулювання сільськогосподарських виробників за параметрами діючої на вітчизняних теренах моделі засвідчили, що у 2014 р. в Україні підтримка галузі склала -2,23% ВВП, тоді як у країнах Європейського Союзу аналогічний показник фіксувався на рівні 0,71% ВВП. В абсолютному вимірі результат сукупної підтримки галузі (TSE) у 2017 р. в ЄС становив 104,5 млрд дол., а в Україні – -1,9 млрд дол. Окрім цього, відзначається зростання рівня безробіття сільського населення, зниження інвестиційної активності та рівня рентабельності сільськогосподарського виробництва, а також зменшення кількості малих і мікропідприємств досліджуваної сфери діяльності. Тобто чітко прослідковується невідповідність задіяних механізмів державного регулювання потребам сучасного сільськогосподарського виробництва.

Отже, більшість розвинених країн світу, не дивлячись на глобальні та локальні перешкоди, сприяють розвитку аграрного сектору економіки та враховують важливість галузі. В умовах євроінтеграції Україна має визначитися з обраним вектором державної політики, щоб не лише наблизити сільськогосподарське виробництво до європейських стандартів і норм, а й посилити продовольчу безпеку держави.

Список використаних джерел:

1. Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2017. 516 с.
2. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 20 жовтня 2019 року № 1560-ХІІ. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12> (дата звернення: 13.02.2021).
3. Сьомченков О.А. Фондовий ринок у фінансовому забезпеченні агропромислового виробництва. Автореф. дис. на здобуття наукового ступеню доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит. Київ, 2017. 39 с.

УДК 368.03

О. Подра, к.е.н., доцент,
доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

ЗНАЧЕННЯ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ

Анотація: Проаналізовано значення та вплив заходів нетарифного регулювання зовнішню торгівлю, досліджено особливості заходів нетарифного регулювання, а також їх найбільш поширену класифікацію. Проаналізовано кількість нетарифних заходів, що використовуються до товарних груп станом на 01.02.2021 р. різними країнами світами, а також види нетарифних обмежень, які застосовувала Україна до різних країн світу у 2020 р.

Ключові слова: нетарифне регулювання, заходи нетарифного регулювання, методи нетарифного регулювання

В сучасних умовах лібералізації та відкритості зовнішніх ринків, розширення значення та діяльності Світової організації торгівлі (СОТ), а також імплементації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС вплив та значення заходів тарифного регулювання стає досить обмеженим. В таких умовах актуалізується роль нетарифного регулювання, яке держава може використовувати безпосередньо і у більшості випадків без узгодження із СОТ.

Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності забезпечує захист внутрішнього ринку на основі встановлення додаткових бар'єрів та обмежень, дозвільної документації щодо імпорتنих товарів.

Під заходами нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності розуміють заходи, які не пов'язані із застосуванням мита до товарів, що переміщуються через митний кордон України, встановлені відповідно до закону заборони та/або обмеження, спрямовані на захист внутрішнього ринку, громадського порядку та безпеки, суспільної моралі, на охорону здоров'я та життя людей і тварин, охорону навколишнього природного середовища, захист прав споживачів товарів, що ввозяться в Україну, а також на охорону національної культурної та історичної спадщини [1].

Однак, нетарифні засоби застосовуються як до імпорту, так і до експорту і, таким чином, необхідно говорити про перешкоди для переміщення товарів та інших предметів через митний кордон України взагалі.

Крім того розширюється сфера застосування нетарифних заходів - з їх допомогою забезпечується захист навколишнього середовища, моралі, релігії і мова вже йде про забезпечення відповідних аспектів національної безпеки та національних інтересів країни.

Таким чином, до нетарифних заходів відносяться будь-які заходи неподаткового характеру з боку держави, спрямовані на здійснення впливу на суспільні відносини в зовнішньоекономічній сфері. Сутність нетарифного регулювання ЗЕД полягає в забезпеченні належного захисту не лише інтересів держави, а і інтересів окремих суб'єктів цієї діяльності

Заходи нетарифного регулювання мають свої особливості, зокрема:

- характеризуються автономністю, оскільки не пов'язані із міжнародними зобов'язаннями;
- використовуються для збалансування внутрішнього ринку, сприяють вирішенню соціально-економічних проблем;
- у більшості випадків застосовуються органами державної влади;
- часто застосовуються з метою регулювання конкретної групи товарів;
- термін дії – обмежений.

Нетарифні заходи регулювання зовнішньої торгівлі є досить поширеними та застосовуються багатьма країнами світу, що пояснюється простотою процедури їх застосування, оскільки у більшості випадків, рішення про їх застосування приймається органами виконавчої влади, високою оперативністю та ефективністю застосування, а також застосування таких заходів можна не узгоджувати з іншими країнами.

Існують різні класифікації заходів нетарифного регулювання ЗЕД, однак найбільш широкоживаною та популярною є класифікація ЮНКТАД, схвалена в 2012 році низкою міжнародних організацій (групою MAST - Multi-Agency Support Team). Згідно із класифікацією всі нетарифні заходи регулювання ЗЕД поділяються на 3 основні групи:

1. Технічні заходи, пов'язані із імпортом, серед яких: А. Санітарні та фітосанітарні заходи (СФЗ); В. Технічні бар'єри в торгівлі (ТБТ); С. Передвідвантажувальна інспекція та інші формальності (ПВІ)

2. Нетехнічні заходи, пов'язані з імпортом, серед яких: D. Заходи із захисту торгівлі, що можуть застосовуватися за певних умов (ЗЗТ); Е. Ліцензування, квотування, заборони та кількісні обмеження з причин, які не стосуються ТБТ та СФЗ (КЗ); F. Заходи контролю цін, у тому числі за рахунок додаткових податків

та зборів (ЗКЦ); Г. Фінансові заходи; Н. Заходи, що впливають (перешкоджають) на конкуренцію; І. Інвестиційні заходи, пов'язані з торгівлею
Ж. Обмеження щодо розповсюдження; К. Обмеження на послуги після продажу товару; Л. Субсидії (за винятком експортних субсидій); М. Обмеження державних закупівель; Н. Інтелектуальна власність; О. Правила походження.

3. Заходи в області експорту, серед яких: Р. Заходи, пов'язані з експортом (експортні обмеження) (ЕО).

Кількість нетарифних заходів, що використовуються до товарних груп станом на 01.02.2021 р. різними країнами світами різнилася за трьома укрупненими напрямками, найбільше використовувалися технічні заходи, пов'язані з імпортом, зокрема, санітарні та фітосанітарні заходи (А) – 29750, а також технічні бар'єри торгівлі (В) – 25772. Найменшою була кількість нетехнічних заходів, пов'язаних з імпортом, зокрема заходи із захисту торгівлі, що можуть застосовуватися за певних умов (D) – 332 [2]. Доречно також проаналізувати кількість ініційованих Україною нетарифних заходів у 2020 р. Згідно із даними СОТ у 2020 р. Україною було ініційовано 60 видів фітосанітарних та санітарних заходів, 152 заходи технічних бар'єрів торгівлі, 11 антидемпінгових заходів. Водночас, кількість діючих фітосанітарних та санітарних заходів у 2020 р. становила – 93, заходів технічних бар'єрів торгівлі – 26, антидемпінгових заходів – 23, компенсаційних заходів – 1, кількісних обмежень – 4 [3].

Таким чином, необхідність диверсифікації заходів регулювання зовнішньої торгівлі України в умовах лібералізації міжнародних ринків та вільної торгівлі досягається шляхом реалізації виваженої та гнучкої політики протекціонізму, в основу якої є заходи нетарифного регулювання зовнішньої торгівлі, оскільки в сучасних умовах ключовими перешкодами у торгівлі являються не стільки тарифи, скільки санітарні та фітосанітарні вимоги, технічні бар'єри, квоти, ліцензії, субсидії та інші методи нетарифного регулювання.

Список використаних джерел

1. Митний кодекс України від 13 березня 2012 р. № 4495-VI / Верховна рада України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
2. TRAINS. The global database on Non-Tariff Measures. URL: <https://trains.unctad.org/Forms/ProductViewNew.aspx?mode=modify&action=search>
3. All wto member countries: number of measures. URL: <http://i-tip.wto.org/goods/Forms/GraphView.aspx>

Сверчкова Алла Юріївна, студент
кафедри міжнародних економічних
відносин, регіональних студій та туризму
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Анотація: розглянуто місце соціального підприємництва (соціальної відповідальності) для забезпечення сталого розвитку. Визначено місце та тенденції розвитку соціального підприємництва як чинника забезпечення сталого розвитку України.

Ключові слова: соціальне підприємництво, соціальна відповідальність.

Ринкова економіка базується на "трьох китах": ринковій інфраструктурі, правовій системі та підприємстві. Відповідно до міжнародного досвіду, підприємництво є важливою складовою конкурентоспроможності національної економіки.

Сьогодні в Україні поширення соціального підприємництва є фрагментарним і знаходиться на ранній стадії розвитку. Деякі вітчизняні підприємці та науковці виділяють поняття соціального підприємства і соціальної відповідальності. Але між цими економічними категоріями існує принципова різниця, оскільки мета комерційного підприємства - отримання прибутку для розширення бізнесу, а соціального - отримання прибутку для вирішення соціальних проблем.

Держава як інститут у соціально орієнтованій ринковій економіці, зобов'язана вирішувати левову частку соціальних проблем, повинна бути зацікавлена у створенні і розвитку соціального підприємства, яке не лише вирішить соціальну місію, а й дозволить забезпечити ряд інших взаємопов'язаних завдань: створення робочих місць, надання послуг, виробництво продукції, виконання робіт і, як підсумок, створення доданої вартості в макроекономічному вимірі. Це підкреслює необхідність форсування якісної інституційної бази для розвитку соціального підприємства.

Вчені О. Архипчик, В. Бобров, М. Баталіна, Д. Розенберг, Г. Осовська, Е. Уткін, О. Сандакова та інші досліджували соціальні аспекти підприємництва.

Соціальне підприємництво - особлива форма економічної діяльності, яка поєднує елементи комерційної структури разом із функціями та завданнями некомерційних благодійних організацій. З однієї сторони, це забезпечує незалежність та фінансову стабільність цієї структури від зовнішніх матеріальних надходжень, а з іншої сторони, соціальне підприємство бере на себе важливі соціальні функції, не привабливі для великого бізнесу, а держава не може забезпечити їх виконання на цьому рівні. Характерною особливістю концепції соціального підприємництва є його інновація, а саме соціальна інновація, яка втілює думки, ідеї, управлінські рішення і концепції, які взаємодіють, утворюючи систему ефективного залучення та використання економічного ресурсу для створення кінцевого продукту як цільового соціального блага.

Піонерами соціальних підприємств можна вважати кооперативи, що знаходились у колективній формі власності працівників, у яких було виключне право на членство в кооперативі [4, с. 20].

Засновник концепції "соціального підприємництва" Нобелівський лауреат з економіки Мохаммед Юнус дає йому широке тлумачення, посиляючись на соціальне підприємництво до будь-якої інноваційної ініціативи, спрямованої на допомогу людям. Він вважає такий тип підприємництва, як "бізнес, керований ідеологією", прями вигоди від діяльності цієї структури одержує суспільство, а власник соціального підприємства отримує переважно нематеріальні вигоди.

Останніми роками Італія є яскравим представником серед країн, в яких найбільш розвинене соціальне підприємництво. В Європі, говорячи про соціальне підприємництво, посиляються на досвід Великобританії. В Європі та Азії існують різні суб'єкти соціального підприємництва. Вони мають різні форми організації та орієнтації, тому у Франції, Чехії, Іспанії, Індії існують організації, асоціації фонди, що ведуть соціальний бізнес. Вони мають різну сферу діяльності. Сюди входять виробництво товарів та послуг для населення,

освітні установи, Інтернет-портали для мікрокредитування, а також установи, які допомагають населенню не забувати народні ремесла і одночасно зменшувати безробіття.

В даний момент в Україні соціальне підприємництво як соціальна практика тільки розвивається. Кількість соціальних підприємств невелика, і вони часто навіть не сприймають себе такими. Громадської підтримки та державних заходів поки що немає. Не дивно, що соціальне підприємництво в Україні перебуває у зародковому стані. В СРСР соціальна сфера була монополізована державою, і тому про передачу частини її функцій комусь іншому не могло бути й мови.

Соціальне підприємництво спрямоване на вирішення соціальних проблем, які характеризуються наступними основними ознаками [5, с. 69]:

- соціальний вплив - орієнтація на вирішення поточних соціальних проблем;
- інновації-використання унікальних, нових підходів, що підвищують соціальний ефект;

- фінансова стійкість та самодостатність - здатність соціального підприємства вирішувати соціальні завдання стільки, скільки буде потрібно, і за рахунок доходів від власної діяльності;

- масштаб - збільшення масштабів соціального підприємництва (на національному та міжнародному рівнях) і поширення досвіду для нарощення соціального впливу;

- підприємницький підхід-здатність соціального підприємця побачити недоліки ринку, знаходити можливості, накопичувати ресурси і розробляти нові рішення, що надають довгостроковий позитивний соціальний вплив на суспільство в цілому.

Отже, соціальне підприємництво має позитивний ефект від діяльності, що сприяє соціально-економічному розвитку держави, зокрема [1, с. 393]:

- сприяння працевлаштуванню безробітних і людей з фізичними та психічними вадами;

- пропонування нових шляхів реформування державних соціальних служб;

- підтримка залучення громадян до соціальних ініціатив на волонтерських засадах, об'єднуючи громади навколо соціальних питань.

Головними характеристиками організацій, які вже займаються соціальним підприємництвом, є [2, с. 703]:

- хороша репутація в місцевій громаді, широке коло партнерів на місцевому рівні влади, бізнесу, ЗМІ;
- зосередження уваги на найбільш актуальних соціальних проблемах на території;
- укомплектованість основними технічними та адміністративними ресурсами;
- особливості керівників відповідних організацій: володіння інноваційними технологіями, висока активність, досвід ведення бізнесу;
- можливість займатися підприємницькою діяльністю повинна бути зафіксована у статутних документах.

Однак сьогодні існує низка проблем, що виникають у процесі діяльності соціального підприємництва [3, с. 130]:

1. Неправильне розуміння природи соціального підприємництва основними групами суспільства, включаючи податкові та законодавчі органи.
2. Труднощі законодавчого та адміністративного просування ідей соціального підприємництва: від прийняття законів на державному рівні до їх реалізації на регіональному рівні місцеві громади займають багато часу.
3. Третя група проблем, пов'язаних із суперечностями в психології соціального підприємництва. Соціальні підприємці-початківці мають проблеми поєднання соціальних цілей з довгостроковою та стійкою самодостатністю.

В Україні соціальне підприємництво стає все більш популярним як ефективний механізм рішення місцевих економічних і соціальних проблем територіальних громад. Однак сьогодні воно фінансується переважно за рахунок іноземних організацій і фондів із значною недостатністю залучення підприємницьких підходів та ініціатив у його створенні та реалізації.

Провівши дослідження можна стверджувати, що соціальне підприємництво, виконуючи важливі конструктивні функції господарської діяльності, є важливим механізмом підвищення рівня соціально-економічного розвитку України. У сучасному економічному середовищі України особливу увагу слід приділити

проблемам та перспективам соціального підприємництва, масштаби та темпи якого неможливо передбачити.

Однак повільний процес та відсутність досвіду формування соціального підприємства в Україні вимагає підтримки ділового середовища та формування діючої законодавчої бази, що базується на пільговому оподаткуванні, регулюванні форм і видів діяльності, процесі ринкових відносин.

Список використаних джерел:

1. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Розвиток та становлення соціального підприємництва та соціальної відповідальності в сучасних умовах Економіка та суспільство. 2016. №7. С. 390-394.

2. Попович Д.В., Баранова М.-С.Б. Соціальне підприємництво як перспективний інструмент вирішення проблем сучасного суспільства «Молодий вчений» № 5 (45) 2017. С. 701-706

3. Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6(2). С. 129-132.

4. Сандакова О. Соціальне підприємництво: що це? Наша громада. 2010. № 1. С. 19–24.

5. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін: посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.

6. Sardak S., Korneyev M., Dzhyndzhoian V., Fedotova T., Tryfonova O. Current trends in global demographic processes. Problems and Perspectives in Management. 2018. № 16(1). P. 48–57.

УДК 657

Тарасюк А.В., студентка 3 курсу
Полесский государственный университет,
(г. Пинск, Беларусь)

УЧЁТНАЯ ПОЛИТИКА, ИЗМЕНЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКИХ ОЦЕНКАХ И ОШИБКИ: ОТЕЧЕСТВЕННАЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА

Аннотация: в работе проведена сравнительная характеристика МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» и национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки». Рассмотрены и проанализированы основные сходства и различия в данных нормативно-правовых актах.

Ключевые слова: учётная политика, ошибки, причины ошибок, исправление ошибок, международные стандарты финансовой отчётности.

Становление в Республике Беларусь социально-ориентированной рыночной экономики характеризуется важностью сближения с МСФО. Данный факт обусловлен необходимостью предоставления финансовой информации о деятельности организации в понятной форме не только для отечественных пользователей, но и для зарубежных (иностранных). В Республике Беларусь активно осуществляется формирование системы национальных стандартов бухгалтерского учета и отчетности на основе МСФО. В рамках данного этапа введён в действие Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки» от 10.12.2013 № 80 [3]. Сравнительный анализ Национального стандарта и МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» представлен в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» и национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки»

МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки»	Национальный стандарт бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки» от 10 декабря 2013 г. № 80
---	--

ЦЕЛЬ ПРИМЕНЕНИЯ	
<p>Настоящий стандарт призван улучшить уместность и надежность информации, содержащейся в финансовой отчетности организации, а также сопоставимость этой финансовой отчетности на протяжении времени и с финансовой отчетностью других организаций. Применяется при выборе и применении учетной политики и учете изменений в учетной политике, изменений в бухгалтерских оценках и исправлений ошибок предыдущих периодов.</p>	<p>Определяет правила бухгалтерского учета активов, обязательств, собственного капитала, доходов, расходов при изменениях учетной политики, изменениях в учетных оценках, исправлении ошибок и раскрытия информации о них в бухгалтерской отчетности организаций (за исключением НБ РБ, банков, небанковских кредитно-финансовых организаций, банковских групп, банковских холдингов, бюджетных организаций).</p>
<p>ВЫВОД: Национальный стандарт чётко определяет правила и сферу их применения, его цель является более конкретной в отличие от МСФО, сфера применения которого является достаточно обобщённой</p>	
ОШИБКИ	
Определение	
<p>Ошибки предыдущих периодов – пропуски или искажения информации в финансовой отчетности организации за один или более предыдущих периодов, возникающие вследствие неиспользования либо неверного использования надежной информации, (а) которая была доступной в то время, когда финансовая отчетность за указанные периоды была одобрена к выпуску; и (b) можно было обоснованно ожидать, что указанная информация будет получена и учтена при подготовке и представлении финансовой отчетности.</p>	<p>Ошибка — неправильное отражение (неотражение) хозяйственной операции в бухгалтерском учете и (или) бухгалтерской отчетности.</p>
<p>ВЫВОД: МСФО (IAS) 8 рассматривает в качестве ошибки только ошибки предыдущих периодов, то есть уже отраженные в бухгалтерской отчетности. Национальный стандарт №80 в состав ошибок включает и те, которые не отражены в бухгалтерской отчетности</p>	
Причины ошибок	
<p>Неиспользование или неверное использование информации. Ошибки могут возникать в отношении признания, оценки, представления или раскрытия элементов финансовой отчетности.</p>	<p>Неправильное применение законодательства Беларуси, учетной политики, неточности в вычислениях при ведении бухучета и (или) составлении бухгалтерской отчетности, неправильная учетная оценка активов, обязательств, собственного капитала, доходов, расходов организации, неиспользование или неправильное использование при ведении бухучета и (или) составлении бухгалтерской отчетности имеющейся информации о совершенной хозяйственной операции, а также такой информации в связи с отсутствием до даты утверждения бухгалтерской отчетности первичного учетного документа, подтверждающего ее совершение</p>

ВЫВОД: Национальный стандарт определяет причины возникновения ошибок более развернуто и основательно.	
Исправление ошибок	
<p>Организация должна ретроспективно исправить существенные ошибки предыдущих периодов после их обнаружения в первом комплекте финансовой отчетности, одобренной к выпуску, посредством:</p> <p>(а) пересчета сравнительных данных за представленный предыдущий период (периоды), в котором (которых) была допущена ошибка; или</p> <p>(б) пересчета остатков на начало периода активов, обязательств и собственного капитала для самого раннего из представленных предыдущих периодов, если ошибка была допущена до начала самого раннего из представленных предыдущих периодов.</p>	<p>Ошибка, допущенная в отчетном году и выявленная до его окончания, исправляется в том месяце отчетного года, в котором выявлена ошибка, дополнительной или сторнировочной записью по соответствующим счетам бухгалтерского учета.</p> <p>Ошибка, допущенная в отчетном году и выявленная после его окончания, но до даты утверждения бухгалтерской отчетности за этот год, исправляется в декабре отчетного года дополнительной или сторнировочной записью по соответствующим счетам бухгалтерского учета.</p> <p>Ошибка, допущенная в году, предшествующем отчетному году, исправляется в том месяце отчетного года, в котором выявлена ошибка.</p>
ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ	
<p>Изменение в бухгалтерской оценке – корректировка балансовой стоимости актива или обязательства или величины, отражающей потребление актива в периоде, которая возникает в результате оценки текущего состояния активов и обязательств и ожидаемых будущих выгод и обязанностей, связанных с активами и обязательствами. Изменения в бухгалтерских оценках возникают в результате появления новой информации или развития событий и, следовательно, не являются исправлениями ошибок.</p>	<p>Изменение в учетной оценке — корректировка учетной оценки активов или обязательств, величины погашения стоимости активов, обусловленная появлением относящейся к этим активам или обязательствам новой информации или изменением обстоятельств, на которых основывалась их учетная оценка, и не являющаяся исправлением ошибки в бухгалтерском учете и (или) бухгалтерской отчетности.</p>
<p>Перспективное применение изменения в учетной политике и признания влияния изменения в бухгалтерских оценках – соответственно: (а) применение новой учетной политики к операциям, прочим событиям и условиям, имевшим место после даты, с которой учетная политика изменена; и (б) признание влияния изменения в бухгалтерских оценках в текущем и будущих периодах, затронутых данным изменением.</p>	<p>Изменение учетной политики организации — замена одного способа ведения бухгалтерского учета на другой.</p>
<p>Ретроспективное применение заключается в применении новой учетной политики к операциям, прочим событиям и условиям таким образом, как если бы эта учетная политика применялась всегда.</p>	-
<p>Ретроспективное исправление —</p>	-

<p>корректировка признания, оценки и раскрытия сумм элементов финансовой отчетности таким образом, как если бы ошибка предыдущих периодов никогда не была допущена.</p>	
<p>ВЫВОД: МСФО (IAS) 8 рассматривает сущность определений в более развёрнутой форме, чем Национальный стандарт. Но в Национальном стандарте практикуется более широкий подход к понятию «ошибка»: в него включаются как ошибки текущего периода, так и ошибки предыдущих периодов.</p>	
<p>УЧЁТНАЯ ПОЛИТИКА</p>	
<p>Организация должна вносить изменения в учетную политику, только если данное изменение: (а) требуется каким-либо МСФО; или (б) приведет к тому, что финансовая отчетность будет содержать надежную и более уместную информацию о влиянии операций, прочих событий или условий на финансовое положение, финансовые результаты или денежные потоки организации.</p>	<p>Результат изменения учетной политики организации в случае изменения способа ведения бухгалтерского учета, применение которого приведет к повышению правдивости и уместности содержащейся в бухгалтерской отчетности организации информации, относящегося к периодам, предшествующим отчетному периоду, и оказавшего или способного оказать существенное влияние на финансовое положение организации, финансовые результаты деятельности и изменение финансового положения организации, определяется в стоимостном выражении на дату, с которой применяется измененный способ ведения бухгалтерского учета.</p>
<p>При ретроспективном применении изменения в учетной политике в соответствии с пунктами 19(а) или (б) организация должна скорректировать остаток на начало периода каждого затронутого данным изменением компонента собственного капитала для самого раннего из представленных предыдущих периодов, а также других сравнительных данных, раскрытых за каждый из представленных предыдущих периодов, как если бы новая учетная политика применялась всегда.</p>	<p>Результат изменения учетной политики организации в случае изменения способа ведения бухгалтерского учета отражается в бухгалтерской отчетности посредством корректировки вступительного сальдо каждой связанной с этим изменением статьи активов, обязательств, собственного капитала на начало самого раннего из представленных в бухгалтерской отчетности периодов, а также других связанных с этим изменением статей бухгалтерской отчетности за каждый представленный в бухгалтерской отчетности период, как если бы новая учетная политика применялась организацией во всех предыдущих периодах.</p>
<p>ВЫВОД: Основным и наиболее значимым отличием является то, что при изменении учётной политики в МСФО корректировке подвергается сальдо собственного капитала, а в Национальном стандарте изменению подлежит сальдо активов, обязательств, собственного капитала</p>	

Примечание – Источник: собственная разработка на основе источников [1,2]

Таким образом, анализируя динные и комментарии таблицы, можно сделать вывод, что Национальный стандарт Республики Беларусь и МСФО имеют

определённый ряд как сходств, так и отличий. Однако, следует учесть тот факт, что Национальный стандарт является более практико-ориентированным нормативно-правовым актом, который соответствует специфике деятельности белорусских организаций. Также, следует сделать акцент на то, что МСФО носит рекомендательный характер и не является строгим сводом правил, в то время как в белорусской практике предусмотрено чёткое регулирование с использованием имеющейся нормативно-правовой базы, что способствует исключению возникновения различного рода ошибок.

Список используемых источников:

1. МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» UR: <https://www.minfin.ru/>. Дата доступа: 07.04.2021.
2. Об утверждении Национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Учетная политика организации, изменения в учетных оценках, ошибки»: утв. постановлением М-ва финансов РБ, 10.12.2013 г. №80. Нац. реестр правовых актов РБ. 2014. №8/28368.
3. Познякевич, В. Н. Сближение национальной системы бухгалтерского учета с МСФО. Бухгалтерский учет и анализ. 2015. № 3(219). С. 48-53.

*Научный руководитель: Невдах С.В., старший преподаватель
кафедры финансового менеджмента
Полесский государственный университет*

УДК 349.23

С. Тютюнник, к.е.н., доцент,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю;
З. Левченко, к.е.н., доцент,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю;
Т. Дугар, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

СУЧАСНІ ПРАВОВІ РЕАЛІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ

Анотація: розглянуто удосконалення правових відносин у сфері регулювання дистанційної та надомної роботи, визначено спільне та відмінне між дистанційною та надомною роботою.

Ключові слова: дистанційна робота, надомна робота, трудовий договір, матеріальна відповідальність, обов'язки.

Поширення пандемії COVID-19 та запровадження карантинних обмежень суттєво вплинуло на ринок праці та трудові відносини. Роботодавці пропонують працівникам працювати дистанційно та надомно, як найбільш перспективний варіант розвитку трудових відносин в умовах пандемії. За результатами соціологічних досліджень під час карантинних обмежень в Україні понад 35% працівників перейшли на дистанційну роботу, у зв'язку з цим виникла необхідність щодо вдосконалення правових відносин у сфері регулювання дистанційної та надомної роботи. 27.02.2021 р. набув чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення правового регулювання дистанційної, надомної роботи та роботи із застосуванням гнучкого режиму робочого часу» від 04.02.2021 р. № 1213-ІХ, який вніс зміни до Кодексу законів про працю України щодо правового регулювання дистанційної та надомної роботи [2]. Раніше у Кодексі законів про працю в Україні «дистанційна (надомна) робота» були зазначені як синоніми. Законом України від 04.02.2021 р. № 1213-ІХ передбачені зміни в КЗпП у п. 6, які регламентують тепер надомну роботу (ст. 60¹) та дистанційну роботу (ст. 60²) як два самостійних види (форми) роботи [1].

Надомна робота (ст. 60¹) – це форма організації праці, за якої робота виконується працівником за місцем його проживання або в інших визначених ним приміщеннях, що характеризуються наявністю закріпленої зони, технічних засобів (основних виробничих і невиробничих фондів, інструменту, приладів, інвентарю) або їх сукупності, необхідних для виробництва продукції, надання послуг, виконання робіт або функцій, передбачених установчими документами, але поза виробничими чи робочими приміщеннями власника підприємства, установи, організації або уповноваженого ним органу [2]. Отже, у разі запровадження надомної роботи робоче місце працівника є фіксованим та не може бути змінено з ініціативи працівника без погодження з власником або уповноваженим ним органом у спосіб, визначений трудовим договором про надомну роботу. Рішення власника або уповноваженого ним органу про відмову в наданні згоди на зміну робочого місця з ініціативи працівника має бути обґрунтованим. Працівник у разі неможливості виконання роботи на фіксованому робочому місці з незалежних від нього причин має право змінити робоче місце, за умови повідомлення власника або уповноваженого ним органу не менше ніж за три робочі дні до такої зміни у спосіб, визначений трудовим договором про надомну роботу. При виконанні роботи за трудовим договором про надомну роботу на працівників поширюється загальний режим роботи підприємства, установи, організації, якщо інше не передбачено трудовим договором. При цьому тривалість робочого часу не може перевищувати норм, передбачених статтями 50 і 51 КЗпП. Виконання надомної роботи не тягне за собою змін у нормуванні, оплаті праці та не впливає на обсяг трудових прав працівників. На час загрози поширення епідемії, пандемії, необхідності самоізоляції працівника у випадках, встановлених законодавством, та/або у разі виникнення загрози збройної агресії, надзвичайної ситуації техногенного, природного чи іншого характеру надомна робота може запроваджуватися наказом (розпорядженням) власника або уповноваженого ним органу без обов'язкового укладення трудового договору про надомну роботу в письмовій

формі. З таким наказом (розпорядженням) працівник ознайомлюється протягом двох днів з дня його прийняття, але до запровадження надомної роботи. Власник або уповноважений ним орган самостійно вирішує, в який спосіб доручати працівникові роботу і контролювати її виконання, та забезпечує достовірний облік виконаної роботи. Надомна робота може бути запроваджена виключно для осіб, які мають практичні навички виконання певних робіт або можуть бути навчені таким навичкам.

Дистанційна робота (ст. 60²) – це форма організації праці, за якої робота виконується працівником поза робочими приміщеннями чи територією власника або уповноваженого ним органу, в будь-якому місці за вибором працівника та з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Укладення трудового договору про дистанційну роботу за наявності небезпечних і шкідливих виробничих (технологічних) факторів забороняється [2]. У разі запровадження дистанційної роботи працівник самостійно визначає робоче місце та несе відповідальність за забезпечення безпечних і нешкідливих умов праці на ньому. При дистанційній роботі працівник розподіляє робочий час на власний розсуд, на нього не поширюються правила внутрішнього трудового розпорядку, якщо інше не визначено трудовим договором. При цьому загальна тривалість робочого часу не може перевищувати норм, передбачених статтями 50 і 51 КЗпП. За погодженням між працівником і власником підприємства, установи, організації або уповноваженим ним органом виконання дистанційної роботи може поєднуватися з виконанням працівником роботи на робочому місці у приміщенні чи на території власника підприємства, установи, організації або уповноваженого ним органу. Особливості поєднання дистанційної роботи з роботою на робочому місці у приміщенні чи на території власника підприємства, установи, організації або уповноваженого ним органу встановлюються трудовим договором про дистанційну роботу. Працівнику, який виконує дистанційну роботу, гарантується період вільного часу для відпочинку (період відключення), під час якого працівник може переривати будь-який інформаційно-

телекомунікаційний зв'язок з власником або уповноваженим ним органом, і це не вважається порушенням умов трудового договору або трудової дисципліни. Період вільного часу для відпочинку (період відключення) визначається у трудовому договорі про дистанційну роботу. На час загрози поширення епідемії, пандемії, необхідності самоізоляції працівника у випадках, встановлених законодавством, та/або у разі виникнення загрози збройної агресії, надзвичайної ситуації техногенного, природного чи іншого характеру дистанційна робота може запроваджуватися наказом (розпорядженням) власника або уповноваженого ним органу без обов'язкового укладення трудового договору про дистанційну роботу в письмовій формі. З таким наказом (розпорядженням) працівник ознайомлюється протягом двох днів з дня його прийняття, але до запровадження дистанційної роботи.

Нововведення також передбачають оформлення письмового трудового договору, в якому фіксують всі істотні умови договору (ст. 24 КЗпП) і у разі дистанційної, або надомної роботи, а не тільки підготовки наказу про прийняття на роботу. Типову форму договору повинно затвердити Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, поки що роботодавці укладають договори в довільній формі. Також ст. 29 КЗпП уточнено обов'язки роботодавця при укладанні трудового договору про дистанційну роботу. А саме, роботодавець повинен: ознайомити працівника з правилами внутрішнього трудового розпорядку і колективним договором; дати працівнику рекомендації щодо роботи з обладнанням і засобами, які надаються роботодавцем працівнику для виконання певного обсягу робіт. Ознайомлення може відбуватися у формі дистанційного інструктажу або шляхом проведення навчання безпечним методам роботи на конкретному технічному засобі. Ознайомлення працівників із наказами (розпорядженнями), повідомленнями та іншими документами щодо їх прав та обов'язків допускається з використанням визначених у трудовому договорі засобів електронного зв'язку. У цьому випадку підтвердженням ознайомлення вважається факт обміну відповідними електронними документами

між роботодавцем і працівником.

Отже, дистанційна робота може виконуватися працівником у будь-якому місці, яке він самостійно обирає, а при умові надомної роботи – робоче місце виконання роботи – чітко зафіксоване та узгоджене з роботодавцем. В Україні активно розвивається ринок фрілансу (віддаленої роботи за допомогою мережі Інтернет), але законодавчо даний вид зайнятості ще нерегульований.

Таким чином, Законом України № 1213-ІХ: чітко розмежовано поняття надомної та дистанційної роботи; передбачено укладання з працівниками у разі надомної чи дистанційної роботи письмового трудового договору (поки що у довільній формі); дозволено ознайомлювати працівників із наказами щодо їх прав та обов'язків з використанням визначених у трудовому договорі засобів електронного зв'язку; передбачено матеріальну відповідальність (ст. 134 КЗпП) за збиток, завданий дистанційними чи надомними працівниками у результаті використання наданих роботодавцем обладнання чи інструментів (складається договір про повну матеріальну відповідальність ст. 135¹КЗпП).

Список використаних джерел:

1. Дистанційна і надомна робота: вивчаємо законодавчі нововведення. *Баланс*. 2021. № 10. URL: <https://balance.ua/news/post/distancionnaya-i-nadomnaya-rabota-izuchaem-zakonodatelnye-novshestva> (дата звернення: 06.04.2021).

2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення правового регулювання дистанційної, надомної роботи та роботи із застосуванням гнучкого режиму робочого часу: Закон України від 04.02.2021 р. № 1213-ІХ /Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1213-20#Text> (дата звернення: 06.04.2021).

СЕКЦІЯ 3
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ В
УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.

УДК : 657.1.011.56:004

Mironchuk Z.P. Ph.D.,
Associate Professor of Accounting and Taxation,
Maletska O.I. Ph.D.,
Associate Professor of Accounting and Taxation,
Kolach S.M. Ph.D.,
Associate Professor of Accounting and Taxation,
Lviv National Agrarian University
(Lviv, Ukraine)

ORGANIZATION OF ACCOUNTING INFORMATION PROTECTION IN CYBER SECURITY

Abstract. The article considers the problems of using advanced IT technologies, which cause not only numerous advantages, but also a number of problems. Thus, the problem of cybersecurity is a problem not only at the national level, but at each individual enterprise. Thus, measures are proposed to create cybersecurity of accounting information, the scope of which extends to human resources and is not limited to purely technological aspects.

Key words: cyber security, accounting information, risks, software.

The modern worldview in the economic space cannot be separated from the comprehensive use information technologies, which are introduced in almost all spheres of human life and mass use, as well as the formation a single information and digital space. The same time, number of abuses, offenses and other cyber threats aimed at various aspects the activities of enterprises that operate, including in accounting, which generates information about all the facts of economic activity enterprise, is growing rapidly.

This information, which is formed in the system its accounting, is characterized by a high degree of value and is a guarantee stability, development and efficiency such an enterprise, but only if it is reliably protected. However, total automation, which has not bypassed the field accounting and involves the introduction of specialized modern technologies and programs for its maintenance, despite the undeniable advantages,

threatens information leakage, hacking, various fraud, etc. all credentials that are processed and stored in a digital environment [1,p.154]. Under such conditions, the provision a special type of information security - cybersecurity - comes to the fore.

In recent years, cyberattacks have also become more frequent in Ukraine, which are due, among other things, to national economic characteristics, such as lack of proper legal framework, large share enterprises using unlicensed accounting software products, neglect of automated workplace protection rules, lack accounting specialists knowledge of the basics cybersecurity [2, p.498].

An example a cyber attack in Ukraine was the event with the Pety A virus. On the morning of June 27, 2017, a targeted virus attack took place on various institutions, including Ukrenergo, DTEK, Nova Poshta, Oschadbank, Boryspil Airport and Ukrposhta. Due to the failure of the systems, banks, government agencies and private enterprises stopped working. According to Microsoft in the company's blog, hacker attack began in Ukraine, and then took place in 64 other countries. A total of 12.5 thousand computers were infected. This cyberattack provoked of the shutdown electronic document management systems and adoption of electronic reporting by regulatory authorities. After conducting a series studies and investigations, it was established that the Pety A virus was spread through the accounting software for the formation and reporting of M.E.Doc. The virus code was built into one of the latest updates to this software, which was installed by most users. The risks faced by enterprises in the environment cyberattacks can be considered in three aspects (Figure).

However, of the problems cybersecurity (identification and grouping cyber threats, taking measures to minimize or eliminate them, building an adequate system protection of accounting information, etc.) are currently little studied.

Many of them, against the background intensifying competition and the invention of new information technologies, remain unresolved and need to be thoroughly studied, especially in the context taking into account domestic peculiarities of accounting in enterprises.

First of all, we note that the deepening automation of accounting - an inevitable

and, in general, a positive phenomenon, because it can significantly save enterprise resources, improve information processing, flexibility, mobility, innovation and efficiency the accountant, accelerate its digital transformation, provide access a wide range of modern accounting programs, cloud solutions and other information technology tools, etc. But one of the downsides computer technology is the vulnerability credentials to cyber threats, which can be minimized by using the right protections.

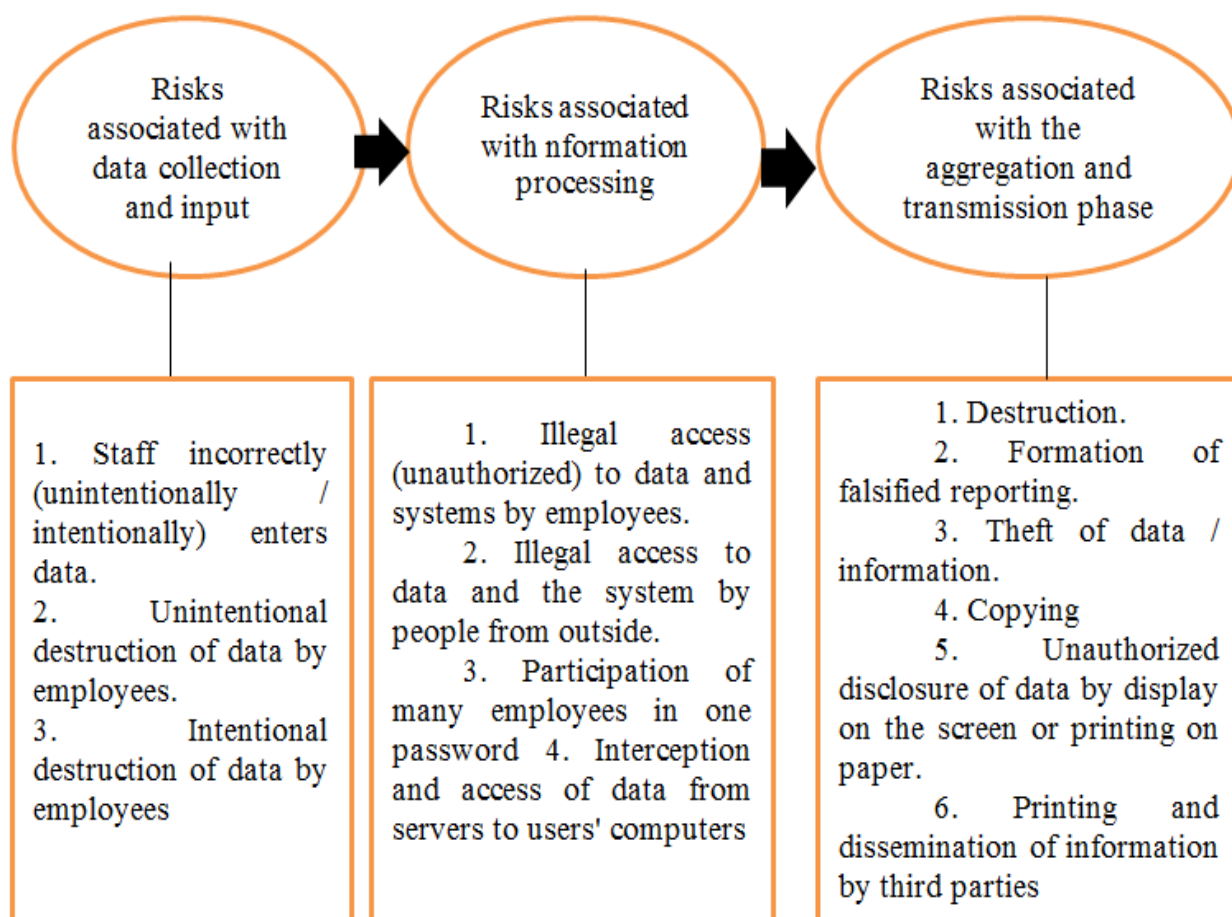


Figure 1. Risks faced by electronic accounting information systems (formed personally)

A survey IT security workers conducted by CyberEdge Group found that in 2019, an average of 78% cyber threats were successful (about 63% of all businesses were exposed to such threats [3, p.16]), and the leading countries in this context Spain (93.7%), Saudi Arabia (91.5%) and Colombia (87.9%) spoke. The main sources danger today are malware, phishing attacks, extortion programs, abuse related to user accounts (including identity theft), denial of service (DoS- / DDoS-attacks), web attacks -

applications, spam, botnets, data breaches, insider threats, physical manipulation (damage, theft, data loss), information leakage, cryptojacking (a new type of threat, which is the unauthorized use of someone else's computer to extract cryptocurrency), cyber espionage, and suppliers cyber security as second quarter of 2019 - Cisco, Palo Alto Networks, Fortinet, Sheck Point [4, p.115]. Websites and web applications, servers (physical and virtual) and data warehouses are most vulnerable to cyber threats in enterprises, laptops and mobile devices are the least protected.

Thus, effective communication and strategies between management, accountants, auditors are important to reduce or protect against emerging threats to the accounting information system. To properly assess potential risks, accountants and auditors must be familiar with current and new technologies. Control unauthorized access to accounting records is an important component of internal control. Access policies and passwords, encryption, digital signatures, disk locks, firewalls, digital certificates are examples of controls that must be identified, documented, reported, and verified when evaluating the effectiveness controls.

References

1. Popivnyak Yu.M. Cybersecurity and protection of accounting data in the application of the latest information technologies. BUSINESS INFORM № 8.- 2019 pp. 150-157.
2. Wind S.A., Svitlyshyn S.A. Protection of accounting information and cybersecurity of the enterprise. Economy and society: electronic professional publication. 2017. № 11. -S. 497–502
3. Kharlamov P. Pill from hackers: how business protects itself from cyberattacks. URL: [https://mind.ua/publications / 20192978-pigulka-vid-hakeriv-yak-biznes-zahishchae-sebe-vid-kiberatak](https://mind.ua/publications/20192978-pigulka-vid-hakeriv-yak-biznes-zahishchae-sebe-vid-kiberatak) (access date: 04 December 2020)
4. Chekh N.O, Konoplina O.O., Shakhverdyan D.S. Ensuring information security of accounting of the enterprise. Municipal utilities. Series: Economic Sciences. 2019. Vip. 2. pp. 111-117.

УДК 657. 2

А.Г. Васюк, магістр
Полесский государственный университет
(г.Пинск, Республика Беларусь)

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЕ АНАЛИЗА ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ: ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И ИХ СОДЕРЖАНИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются сущности понятий: дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, управленческая отчетность. Так же рассмотрена роль дебиторской задолженности в структуре: бухгалтерской отчетности и предприятия. Автором даны предложения по совершенствованию учета и анализа дебиторской задолженности ориентированного на формирование информации для управленческого аппарата на разных уровнях руководства в необходимой степени детализации и обобщения на основе систематизированного отбора по выбранным критериям.

Ключевые слова: кредиторская задолженность, дебиторская задолженность, анализ, бухгалтерская отчетность, управленческая отчетность.

Для устойчивого и сбалансированного развития любого предприятия, которое осуществляет деятельность в современных экономических условиях, прежде всего, необходимо повышение эффективности управления финансовой политикой для сохранения финансовой устойчивости и обеспечения платежеспособности. Причем принимаемые управленческие решения в сфере финансового менеджмента, в первую очередь, стратегического направления, должны базироваться на аналитически и научно обоснованной риско-ориентированной системе финансового контроля, что, в свою очередь, подразумевает комплексный и всесторонний анализ достоверной оперативной информации о производственно-хозяйственной деятельности предприятия, выступающего как основная компонента учетно-аналитического обеспечения.

Роль дебиторской задолженности не ограничивается только строкой в балансе. Она влияет на многие сферы жизнедеятельности предприятия. Такие, как платежеспособность возможность организации расплатится по своим долгам, оборот денежных средств на предприятии, так как деньги выходят из оборота, снижение показателей ликвидности, не возможность закупить в полном

объеме материалы для производства готовой продукции. Для эффективного функционирования субъекта хозяйственной деятельности нужно иметь достоверную информация об обязательствах, представленных дебиторской и кредиторской задолженностью.

В табл.1 рассмотрим подходы различных авторов к определению понятия "дебиторской задолженности" и "кредиторской задолженности".

Таблица 1

Определения понятия "дебиторской задолженности" и "кредиторской задолженности" в разрезе разных суждений авторов

Автор	Определение	
	Кредиторская задолженность	Дебиторская задолженность
Папковская П.Я [2,с.296]	Денежные средства, временно привлеченные фирмой (обществом, компанией и т.д.) и подлежащие возврату соответствующим физическим или юридическим лицам	Задолженность других организаций, работников и физических лиц данной организации (задолженность покупателей за купленную продукцию, подотчетных лиц за выданные им под отчет суммы и др.)
Колпакова Г.М [1,с.120]	Один из заемных источников покрытия оборотных активов (значительный по сумме)	Элемент оборотного капитала. сумму долгов, причитающихся организации от юридических или физических лиц
Савицкая А.В [3,с.689]	Сумма денежных средств предприятия, подлежащие уплате другим партнерам, но еще не уплаченные в погашение долга по товарным и финансовым операциям.	Средства, которые причитаются компании в результате осуществления, продаж, но которым еще не произведены платежи

Примечание- Источник: собственная разработка на основе литературных источников

Исходя из выше представленных суждений авторов к понятию о дебиторской и кредиторской задолженности. Можно сделать заключение, что под дебиторской задолженностью представляется задолженность лица(заказчика) за оказание другим лицом(исполнителем) каких-либо работ(услуг) которое имеет документальное подтверждение. А под кредиторской задолженностью понимается сумма денежных средств организации, подлежащие к уплате другому предприятию за оказанные услуги(работы).

В бухгалтерской отчетности данные о суммах дебиторской и кредиторской

задолженностей мы можем наблюдать в балансе, как в активе, так и в пассиве баланса и в примечании к бухгалтерской отчетности, но так как нормативно правовыми актами не закреплена информации подлежащая раскрытию в примечании к бухгалтерской отчетности эти данные могут там и не раскрываться.

Для проведения детального и качественного анализа не достаточно только бухгалтерской отчетности, так как бухгалтерская отчетность не отражает всю необходимую информацию, необходимы также и иные внутренние документы предприятия. В связи с этим и не только большинство предприятий использует управленческую отчетность. В нормативно правовых актах Республики Беларусь нет требований в отношении к управленческой отчетности кредиторской и дебиторской задолженности. Предприятие само решает, какие управленческие отчеты ей необходимы для осуществления эффективных управленческих решений и анализа обязательств.

Под управленческой отчетностью понимается представление информации в виде, удобном для анализа и принятия управленческих решений. Управленческая отчетность - одно из важнейших средств контроля над деятельностью предприятия со стороны высшего руководства и собственников.

Все управленческие отчеты имеют в своей основе информационную базу. Под информационной базой принято понимать всю систему информации о деятельности предприятия — о технической подготовке производства, нормативная и плановая информация, хозяйственный учет, в том числе данные оперативного, бухгалтерского и статистического учета, внешняя публичная финансовая и вся система внутривозвращенной отчетности, прочие виды информации, в том числе опросы специалистов, информация производственных совещаний, пресса и т. д.

Каждое предприятие регулярно составляет финансовую отчетность для предоставления её внешним пользователям: кредиторам, инвесторам, регулирующим органам, биржам и т.д. Также предприятия составляют

управленческую отчётность для внутренних пользователей: менеджеров, руководителей, собственников и т.д.

При проведении общего анализа дебиторской и кредиторской задолженностей, который может встречаться в примечании к бухгалтерской отчетности, оцениваю следующий спектр показателей:

- ✓ анализ состава, структуры и динамики дебиторской и кредиторской задолженностей; долю дебиторской и кредиторской задолженностей в общей сумме оборотных активов и пассивов;

- ✓ удельный вес дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются в течение года;

- ✓ динамику дебиторской задолженности и провести качественный анализ, главной задачей которого является выявление динамики возникновения неоправданной задолженности;

- ✓ анализ соотношения дебиторской и кредиторской задолженности;

- ✓ оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженностей;

Так же есть вероятность не возврата долга в таком случае предприятие создает резерв по сомнительным долгам. Резерв по сомнительным долгам в большинстве случаев создается на конец отчетного года на всю сумму дебиторской задолженности.

Для совершенствования учета дебиторской задолженности предлагается создания резерва на конец года по группам дебиторской задолженности т.е. на распределение ее по срокам образования. Для правильного заполнения выше представленного регистра просроченной дебиторской задолженности необходимо наличие соответствующих документов таких как договора, ТТН-1, счет-фактуры, платежные поручения, выписки по счетам. Данный регистр обобщает информацию об оборотах сырья, величине дебиторской задолженности позволяющие сгруппировать данные в разрезе каждого контрагента. В регистре указывается период просрочки платежа и сумма долга у контрагента по данному документу(договору), система делает подсчет суммы

долга и в соответствии с периодом просрочки рассчитывается сумма отчислений в резерв по сомнительным долгам. Данная сегментация позволит проанализировать долги контрагента перед предприятием по определенному документу (договору) и позволит грамотно рассчитать сумму резерва по сомнительным долгам.

На основе разработанного регистра будет наглядно представлено, с каким контрагентом какая сумма долга и сколько дней просрочка платежа и каким образом создается резерв по сомнительным долгам. Данный регистр ведется по всем контрагентам, имеющим долг перед предприятием. Регистр просроченной дебиторской задолженности может предоставляться ежемесячно или ежеквартально.

Список использованных источников:

1. Колпакова, Г.М. Управление дебиторской задолженностью предприятия : учеб.пособие. М. : МИЭТ, 2008. 20с.
2. Папковская, П.Я. Учет хозяйственной деятельности. Мн. : ООО"Мисанта", 2011. 296с.
3. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб.пособие. Минск : ООО "Новое знание", 2010. 689с.
4. Муллинова, С.А. Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками. Научно-методический электронный журнал : «Концепт». – 2015. №7. С. 41-45.

УДК 657

Є.С. Галун,
здобувач вищої освіти СВО бакалавр,
Сумський національний аграрний університет
(м. Суми, Україна)

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КАТЕГОРІЇ «ДОХІД» В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: досліджено і представлено облікові аспекти формування доходу від операційної діяльності підприємств за сучасних умов господарювання.

Ключові слова: дохід, економічна вигода, операційна діяльність, основна діяльність, фінансовий результат.

Кожне підприємство функціонує з метою отримання доходу, який зможе покрити поточні витрати і забезпечити формування чистого прибутку. Прибутковість господарюючих суб'єктів збільшується через зростання рівня доходів. Найбільшу частку із валових доходів складає саме дохід від операційної діяльності. Через це, вивчення даної теми вирізняється необхідністю та актуальністю.

Цю тему досліджували багато вчених, економістів, бухгалтерів, а саме Бутинець Ф.Ф., Лінник В.Г., Маршал А., Маркс К., Скляренко В.К., Сопко В.В., Ткаченко Н.М., Фішер Р., Чебанова Н.М., Чумаченко М.Г. та інші.

На сьогодні вітчизняні економісти не мають спільного визначення поняттю доходу, а кожен трактує його по різному: Ткаченко Н.М. зазначає, що дохід установи, організації формується шляхом вирахування матеріальних витрат з виручки за реалізовану продукцію, товари або послуги [4]; Скляренко В.К. вважає, що дохід – виручка від реалізації товарів, робіт, послуг як власного виробництва, так і раніше придбаних; Сопко В.В. характеризує дохід, як елемент операційної, фінансової або інвестиційної діяльності, якщо відбулася подія його визнання на основі економічного змісту господарської операції та юридичного оформлення; Бутинець Ф.Ф. вважає, що дохід - це економічні вигоди, у вигляді виручки від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг, відсотків, дивідендів, які з'являються у результаті діяльності підприємства.

Згідно Положенню (Стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», доходи підприємства - це збільшення економічних вигод у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена [5].

Мета обліку доходів - спостереження, збір, обробка і передання інформації внутрішнім і зовнішнім користувачам. Визначальна функція обліку - інформаційна [1].

Фінансовий результат діяльності окремого суб'єкта господарювання виступає актуальною, складною та багатовимірною категорією. Дохід є одним з ключових показників, який визначає ефективність його функціонування, виступає джерелом платежів до бюджетів усіх рівнів, а також забезпечує процес розширеного відтворення виробництва [3].

Операційна діяльність вміщує в собі основну та іншу операційну діяльність. Основна – це та діяльність підприємства, яка була визначальною метою його заснування та забезпечує провідну частину його доходу [2].

Інша операційна діяльність включає реалізацію інших оборотних активів (крім фінансових інвестицій), операції з надання майна в операційну оренду (якщо це неосновний вид діяльності підприємства), створення резерву сумнівних боргів, купівлю-продаж іноземної валюти.

Доходи від операційної діяльності підприємства - це доходи, що виникли внаслідок його операційної діяльності.

Дохід визнається за дотриманням таких умов: [6]

- збільшення активу або власного капіталу підприємства (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства);
- оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Не є доходами такі надходження від інших осіб: суми податків і обов'язкових платежів, які перераховуються до бюджету або позабюджетних фондів; попередньої оплати продукції; авансу для оплати продукції, товарів або

послуг; надходжень, які належать іншим особам; надходжень від первинного розміщення цінних паперів.

Доходи від операційної діяльності поділяються на чистий дохід, який визначається шляхом віднімання непрямих податків від виручки та інші операційні доходи, до яких належать дохід від операційної оренди активів, отримані пені, штрафи, субсидії тощо.

Можна зазначити, що сьогодні в нашій країні діє відповідна нормативно-правова база, яка стосується питань обліку доходів від операційної діяльності. Одночасно значна кількість цих документів дає змогу підприємствам самостійно вибрати той чи інший обліковий метод. Саме через це облікова політика виступає фактором управління доходами від операційної діяльності і одним із основних напрямів покращення даної облікової компоненти.

Отже, можна зробити висновок, що облік доходів операційної діяльності носить важливий характер для функціонування кожного господарюючого суб'єкта. На підставі існуючих наукових досліджень, чинної законодавчо-нормативної бази, нами вдосконалено трактування економічної категорії «Дохід»: це елемент операційної, фінансової або інвестиційної діяльності, який вміщає в собі економічні вигоди окремого суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Дерій В. А. Витрати і доходи підприємств у системі обліку та контролю: монографія. Тернопіль: ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. 272 с.

2. Дмитрук Н. М. Сутність, склад та напрями вдосконалення обліку доходів від операційної діяльності на промислових підприємствах. *Молодий вчений*. 2014. №5. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/5/23.pdf> (дата звернення: 22.03.2021).

3. Назаренко О.В., Лукаш Р.В. Фінансові результати: сутність та особливості організації бухгалтерського обліку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 22. С. 19-25.

4. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах

України: Підруч. для студентів економічних спец. вищ навч закл 7-ме вид. доповн. і переробл. К.: А.С.К., 2005. 864 с.

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 15 «Дохід», затв. Наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 №290 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (дата звернення 31.03.2021).

6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 20.03.2021).

УДК 657.1

С.А. Гаркуша, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Сумський національний аграрний університет,
(м. Суми, Україна)

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація: Розглянуто процес глобалізації бухгалтерського обліку. Встановлено, що практика запровадження міжнародних стандартів у вітчизняний бухгалтерський облік вказує на постійне його вдосконалення. Досліджено питання «креативного» і «агресивного» обліку.

Ключові слова: глобалізація, бухгалтерський облік, креативний облік, агресивний облік, інформація.

Сучасний етап розвитку міжнародних економічних відносин характеризується домінуванням процесів глобалізації, що зачіпають всі країни, включаючи Україну. Неминуча економічна криза, наслідки епідемії коронавірусу, є доказом того, що глобалізація не тільки не зупиняється, але може бути шляхом до повернення до відносної нормальності. Для досягнення належного рівня ефективності ринку слід використовувати високоякісну фінансову інформацію, яку можна отримати за єдиними принципами бухгалтерського обліку. На якість інформації впливають не тільки особи, які її створюють, але й ті, які її перевіряють. Відповідних технічних рішень та ефективного законодавства недостатньо в сучасному бухгалтерському обліку, важливу роль відіграють професіоналізм та етичне ставлення працівників, які займаються бухгалтерським обліком.

Карасьова Н.А. [2, с. 31] визначає глобалізацію як трансформаційну інтернаціоналізацію світових економік у глобальну систему міжнародного масштабу на принципах відкритості, універсальності та взаємозалежності. Сутнісними рисами, які обумовлюють розвиток глобалізації світового господарства на сучасному етапі є: становлення світового інформаційного простору та науково-технічний прогрес; економічна інтеграція; нова система міжнародного поділу праці; впровадження універсальних ліберально-

демократичних цінностей.

В свою чергу Безрукова Н.В. та Свічкарь В.А. [1, с. 65] вказують, що глобалізація – це якісно новий ступінь розвитку процесу інтернаціоналізації економічних, політичних, культурних, правових та інших аспектів суспільного життя, коли взаємозалежність національних соціумів досягла такого рівня, що почалися кардинальні зміни у житті всього світового співтовариства, яке поступово перетворюється на єдиний цілісний організм. Глобалізація не зводиться лише до економічного аспекту життя світового соціуму, вона охоплює і політичну, соціальну, культурну, науково-технічну та інші сфери.

Розвиток міжнародних відносин в рамках глобалізації стало одним з об'єктивних умов істотних змін як в українській системі бухгалтерського обліку і звітності, так і в облікових системах практично всіх країн. Причому відображення сучасних міжнародних процесів в національних облікових системах представляє складні, багато в чому поки що не вирішені проблеми.

Процеси глобалізації, інтернаціоналізації економічних, фінансових, політичних і суспільних відносин поступово приводять до створення світового ринку, для якого не існує національних кордонів. Особливо наочно ці процеси проявляються в діяльності транснаціональних компаній. Невід'ємною рисою інтернаціоналізації економічних відносин є також створення підприємств зі змішаним капіталом, залучення в національну економіку іноземних інвестицій і кредитів.

Уніфікація бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів стає важливою і для національних підприємств, які збираються працювати на міжнародних ринках і особливо прагнуть залучити міжнародні інвестиції. Всі ці процеси обумовлюють необхідність в єдиному розумінні і подання фінансової інформації, одним з основних та надійних джерел якої продовжує залишатися бухгалтерський облік і бухгалтерська (фінансова) звітність. Глобалізація економічних відносин об'єктивно викликає потребу в уніфікації норм і правил бухгалтерського обліку, в його стандартизації. Складність та новизна проблем, з

якими в процесі глобалізації стикаються різні країни і окремі учасники ринку, підвищує вимоги до нормативно-правової бази, що регулює діяльність підприємств і так названого «креативного» обліку.

Креативний облік означає створення та впровадження інноваційних рішень із використанням знань та навичок креативного мислення. Це дозволяє в повній мірі скористатися можливостями бухгалтерського обліку. Це поєднання інтересів підприємства з очікуваннями споживачів та із законодавчими вимогами. Можна зробити висновок, що креативний облік – це вміле використання прав вибору облікової політики відповідно до чинного законодавства з метою представлення іміджу суб'єкта господарювання відповідно до припущень, зроблених менеджерами.

В свою чергу, також може постати питання «агресивного» обліку. Агресивний облік, який маніпулює фінансовими даними з метою введення одержувачів інформації в оману, слід відрізнити від концепції креативного обліку. Симптомом використання агресивного бухгалтерського обліку суб'єктом господарювання можуть бути, наприклад, часті зміни в обліковій політиці, що проявляються домінуванням форми над змістом у фінансових звітах. Він використовується переважно не власниками, а менеджерами з метою отримання неправомірної вигоди. Вони прагнуть переоцінити прибуток, замаскувати фінансовий ризик та маніпулювати фінансовими коефіцієнтами для потреб кредиторів або ринку.

У випадку повного переходу України на МСФЗ не слід очікувати, що різко зміняться іноземні інвестиції. Однак це буде важливим кроком у процесі побудови взаємної довіри між міжнародним співтовариством та Україною. Збільшення корпоративної прозорості означатиме, що інвестиції стануть менш ризикованими для інвесторів, а значить, більш дешевими. Очевидно, що ні один національний фінансовий ринок не зможе нормально розвиватися у відриві від міжнародного. Процес глобалізації бухгалтерського обліку буде лише тоді, коли кожен бухгалтер буде професійно володіти основами МСФЗ, а керівники

підприємств – дійсно зацікавлені в наданні достовірної та об'єктивної інформації. Це означає, що більш активно повинна вестися робота з підвищення кваліфікації бухгалтерів. Також слід наголосити на необхідності остаточного поділу бухгалтерського обліку на фінансовий, управлінський і податковий, як це прийнято в міжнародній практиці. При цьому фінансовий аналіз буде орієнтований на зовнішніх користувачів, управлінський облік буде використовуватися для систематизації витрат, прийняття управлінських рішень, а податковий облік – застосовуватися для обчислення податків. Одним з найважливіших факторів створення так званої нової економіки була саме глобалізація стандартів, і можна з упевненістю стверджувати, що ця тенденція збережеться і в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Безрукова Н.В., Свічкарь В.А. Економічна глобалізація: аналіз основних протиріч та наслідків. *Економіка та управління національним господарством*. 2016. 3 (58). С. 62-67.
2. Карасьова Н.А. Глобалізація світового господарства та її сучасні характеристики. *Інноваційна економіка*. 2015. 1 (56). С. 28-32.

УДК 657

А.І. Глушаченко

старший викладач кафедри обліку та оподаткування,
Сумський національний аграрний університет
(м. Суми, Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: В умовах постійних змін в сфері економіки, необхідно мати таку обліково-інформаційну систему, яка б забезпечувала даними для ефективного управління фінансово-господарською діяльністю підприємства. Враховуючи що система бухгалтерського обліку об'єднує інформаційні і аналітичні операції в єдиний обліковий процес.

Ключові слова: організація обліку, облікове забезпечення, інформаційне забезпечення, інформація, процес управління, фінансова звітність.

Від об'єктивності одержуваних у процесі обліку і аналізу результатів залежить правильність та адекватність прийняття управлінських рішень, тому застосування інформаційних технологій підвищує ефективність обліково-аналітичної роботи. Роль інформаційного ресурсу в організації діяльності та управлінні підприємством полягає не тільки в інформаційній підтримці облікової роботи та аналізу, але і в нових можливостях апарату управління. Необхідно відзначити недостатню кількість розробок щодо інформаційного забезпечення обліково-інформаційного та аналітичного процесу підприємств. Найбільш поширеною інформаційною системою, що забезпечує потреби керівництва, є обліково-аналітична система. Інформація, що використовується при застосуванні цієї системи, відображає можливості діяльності підприємства, з урахуванням фінансового становища суб'єкта господарювання.

Теоретичні і практичні напрацювання обліково-інформаційного забезпечення господарської діяльності підприємств є предметом дослідження багатьох вітчизняних авторів, зокрема, представниками цього напрямку є Р. Бруханський, Л. Гнилицька, О. Гудзинський, М. Дем'яненко, В. Жук, С. Івахненков, Г. Кірейцев, Т. Косова, І. Лазаришина, Є. Мних, П. Саблук, С. Черниш, М. Чумаченко, А. Шеремет та ін.

Простежується недостатній рівень вивчення проблем створення та функціонування обліково-інформаційного забезпечення суб'єктів господарювання в галузі сільськогосподарського виробництва, що ускладнює процедуру проведення добротного фінансового аналізу виробничо-господарської діяльності.

Метою роботи є вивчення і оцінка питань створення обліково-інформаційного забезпечення та розробка шляхів його покращення.

Підставою для відображення в бухгалтерському обліку інформації про події, що відбуваються в процесі ведення бізнесу, є первинні бухгалтерські документи. Вони застосовуються для фіксації фактів, дій та подій які відбулись на підприємстві і представляють собою основу для накопичення інформації.

Основою інформаційної системи економіки був і залишається бухгалтерський облік. Саме на його даних формується бюджет, приймаються управлінські рішення. В усіх без виключення виданнях по менеджменту з перших сторінок автори націлюють майбутніх та діючих керівників на важливість контролю за фінансовими потоками, на важливість роботи з бухгалтерськими звітами [1, с. 291]

Інформаційне забезпечення обліково-аналітичної діяльності підприємства можна поділити на наступні рівні:

Перший рівень - вивчає вибірково опис стану об'єкту дослідження. Відображається часткова вихідна інформація, яка може використовуватись для власне аналітичної роботи. При цьому реалізується функція, котра полягає у зборі інформації про досліджуваний об'єкт обліку або процес діяльності. На даному рівні відсутня чітка уява про інформаційне забезпечення аналітичної роботи, а вся аналітична діяльність зводиться до констатації фактів про об'єкт. На даному рівні опис інформаційного забезпечення аналітичної роботи характеризується збором статистичної інформації.

Другий рівень - вивчає інформацію, котра забезпечена першим описовим рівнем, при цьому проводиться не тільки порівняння результатів, але і їх

узагальнення і систематизація. На цьому рівні інформаційного забезпечення обліково-аналітичної діяльності встановлюються зовнішні зв'язки між окремими фактами, які характеризують виробничо-фінансові площини досліджуваної події. Відбувається істинне упорядкування свідчень, виділення з них найбільш істотних, групування і узагальнення.

Третій рівень - розкриває відображення у якісних і кількісних показниках діяльності господарської системи і відбувається на підставі системного підходу, при якому визначаються всі види і виробничі ресурси, які є необхідними для забезпечення комплексного аналізу. Отримані кількісні та якісні показники дають можливість з'ясувати результативність виробничо-фінансового та управлінського процесів, проаналізувати зміни і розвиток тенденцій і закономірностей. Це надає можливість своєчасно розкрити причини негативних явищ, а також змоделювати прогноз на майбутнє.

Інформаційна система підприємства має забезпечити облікову, контрольну та аналітичну функції з метою отримання необхідної інформації для прийняття управлінських рішень на підприємстві. Облікова інформація є основою облікової підсистеми, яка представлена первинною та звітною інформацією. Первинна інформація є базисом всіх видів обліку – статистичного, фінансового, управлінського та податкового. Первинні документи є елементами первинної інформації, в якості яких можуть бути використані уніфіковані форми або форми, розроблені під кожне підприємство. А організація процесу документування господарських операцій має бути організована з урахуванням всіх особливостей діяльності та масштабів підприємства.

Під обліково-інформаційним забезпеченням процесу управління слід розуміти визначення такого діапазону інформації з її подальшим аналізом, який необхідний для здійснення керівництва на кожному рівні у визначений період часу для досягнення мети і завдань, які стоять перед апаратом управління. Обліково-інформаційне забезпечення управління – це зв'язок системи внутрішньої і зовнішньої інформації з процесами управління підприємством і

управлінським процесом в цілому. Вся обліково-аналітична інформація ретельно відбирається, обробляється та аналізується, що пізніше призводить до одержання конкретних показників та рекомендацій на кожному рівні управління аграрним підприємством з перерахуванням конкретних дій керівництва в тій або іншій ситуації. До обліково-інформаційного забезпечення відноситься і спеціалізоване програмне забезпечення, без якого неможливо здійснити швидкий збір, якісний аналіз та обробку інформації без допомоги програмних продуктів і приладів.

Аналітичне забезпечення управління підприємствами може розкриватися в різноманітних формах, зокрема інформаційно-аналітичному забезпеченні управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачу інформації про циклічні тенденції розвитку стану системи управління підприємством під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища [2, с. 197].

Удосконалення організації обліково-інформаційного забезпечення та аналізу вимагає розробки автоматизованої системи фінансового та управлінського обліку і звітності на базі єдиної інтегрованої інформаційної системи управління. Основна мета автоматизації систем обліку та аналізу діяльності підприємства – здатність оперативно і своєчасно забезпечувати прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

В аграрному секторі існує три основних різновиди вирішення проблеми запровадження інформаційних систем у обліково-аналітичну діяльність на підприємстві. Перший - розробка власної системи, силами власних фахівців підприємства. Проте, при ускладненні моделі ведення бізнесу, такі засоби перестають задовольняти, оскільки не передбачають управління даними, які мають складну структуру. Другий - придбання універсальної системи або пакета прикладних програм. Вибір систем такого роду обмежується, в основному, бухгалтерськими програмами. Причина полягає в тому, що бухгалтерський облік має суворо відповідати методології господарських процесів. Діяльність підприємств відрізняється за характерними і галузевими ознаками, що потребує

розробки універсальних пакетів для комплексної автоматизації фінансово-господарської діяльності. Третій - полягає в делегуванні повноважень і функцій із запровадження інформаційних технологій стороннім особам.

Таким чином, в сучасній організації обліково-інформаційного забезпечення господарської діяльності є кілька проблем, вирішення яких вимагає раціонального підходу з урахуванням міжнародного досвіду та вимог. Організація інформаційного забезпечення обліку і аналізу є складним багатогранним процесом, що включає в себе господарську діяльність, фінансовий і управлінський облік, облікову політику підприємства, звітність, аналітичне забезпечення, набір спеціалізованих програмних продуктів. Котрі забезпечують автоматизацію обліково-аналітичного процесу і прийняття управлінських рішень, розробку стратегічних цілей підприємства. Створення обліково-інформаційного забезпечення підприємства залежить від ступеню взаємодії розробників програмного продукту і його кінцевих користувачів в єдиній системі забезпечення оптимальної індивідуалізації засобів обліково-інформаційного забезпечення інструментарію керівного апарату з урахуванням класичних підходів у прийнятті рішень.

Список використаних джерел:

1. Жук В.М. Тенденції розвитку обліково-інформаційного забезпечення вітчизняної аграрної економіки. *Вісник Житомирського національного агроекологічного університету: науково-теоретичний збірник*. 2010. Вип. № 2(27), т. 2 С.291-297.
2. Пуцентейло, П.Р. Інформаційне забезпечення аналітичної діяльності в управлінні підприємством. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького*. 2015. Вип. 11. С. 224-232.

УДК 657

Ю. М. Грибовська, Л. О. Ходаківська, к.е.н., доценти,
доценти кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет
(м. Полтава, Україна)

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ: ВИЗНАННЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА АМОРТИЗАЦІЯ

Анотація: досліджено порядок віднесення активів до нематеріальних активів і строки їх корисного використання. Виокремлено активи, що належать до нематеріальних активів, наведено їх групи. Описано порядок нарахування амортизації нематеріальних активів у фінансовому та податковому обліку.

Ключові слова: нематеріальні активи та їх класифікація, строк корисного використання й амортизація нематеріальних активів.

Під нематеріальними активами розуміють активи, які відповідають вимогам (п. 4 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» (далі – П(С)БО 8) від 18 жовтня 1999 р. № 242 [3], та п. 1.2 Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку нематеріальних активів від 16 листопада 2009 р. № 1327 [1]):

1. Є немонетарними активами (крім грошових коштів, їх еквівалентів і дебіторської заборгованості у фіксованій (або визначеній) сумі коштів. Тобто нематеріальний актив може бути відділений, відокремлений від підприємства, наприклад переданий в оренду, реалізований тощо.

2. Не мають матеріальної форми, тобто їх не можна відчутити на дотик. Наприклад, комп'ютерна програма. При цьому активом вважається саме програмний продукт, а не його носій (диск, флешка тощо); актив має приносити економічні вигоди підприємству 1 рік та більше.

3. Можуть бути ідентифіковані. Прикладами застосування критерію ідентифікації можуть бути: невизнання нематеріальним активом іміджу (ділової репутації) підприємства (його не можна відокремити й окремо реалізувати); невизнання нематеріальними активами програмних продуктів OEM-версій, коли вони встановлені в ноутбук, комп'ютер тощо. Наприклад, операційна система Windows яка невіддільна від придбаного ноутбука (за придбаною ліцензією не

можна переустановити, використати на іншому ноутбучі, тільки на ноутбучі з конкретним серійним номером). Такі операційні системи обліковуються у складі вартості придбаних основних засобів, наприклад у складі первісної вартості ноутбука. Як окремий актив вони не виокремлюються; невизнання нематеріальним активом власне розроблених торгових марок.

4. Строк їх корисного використання (експлуатації) значення не має.

До нематеріальних активів належать:

- ліцензії на використання комп'ютерних програм та операційні системи типу Windows (не OEM-версії);
- ліцензії на здійснення господарської діяльності, якщо їх тривалість більше року;
- придбані торгові марки;
- придбані чи створені бази даних;
- придбані патенти, авторські права тощо;
- власне розроблені програмні продукти, створені для підприємства веб-сайти тощо.

Не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені:

- витрати на дослідження;
- витрати на підготовку і перепідготовку кадрів;
- витрати на рекламу та просування продукції на ринку;
- витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємств або їх частини;
- витрати на підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань і витрати на створення торгових марок (товарних знаків) [3].

Бухгалтерський облік нематеріальних активів ведеться на рахунку 12 «Нематеріальні активи» щодо кожного об'єкта за такими групами:

121 «Права користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою

інформацією про природне середовище тощо);

122 «Права користування майном» (право користування земельною ділянкою відповідно до земельного законодавства, право користування будівлею, право на оренду приміщень тощо);

123 «Права на комерційні позначення» (права на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;

124 «Права на об'єкти промислової власності» (право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, компоновання (топографії) інтегральних мікросхем, комерційні таємниці, у тому числі ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;

125 «Авторське право та суміжні з ним права» (право на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми, програми для електронно-обчислювальних машин, компіляції даних (бази даних), виконання, фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті;

127 «Інші нематеріальні активи» (право на ведення діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо).

Нарахування амортизації нематеріальних активів (крім права постійного користування земельною ділянкою) здійснюється протягом строку їх корисного використання, який встановлюється підприємством (у розпорядчому акті) при визнанні цього об'єкта активом (при зарахуванні на баланс).

Нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання амортизації не підлягають (ліцензії з необмеженим строком).

При визначенні строку корисного використання об'єкта нематеріальних активів слід ураховувати:

- строки корисного використання подібних активів;
- моральний знос, що передбачається;

- правові або інші подібні обмеження щодо строків його використання;
- очікуваний спосіб використання нематеріального активу підприємством;
- залежність строку корисного використання нематеріального активу від строку корисного використання інших активів підприємства.

У фінансовому обліку метод амортизації нематеріального активу обирається підприємством самостійно, виходячи з умов отримання майбутніх економічних вигод. Якщо такі умови визначити неможливо, то амортизація нараховується із застосуванням прямолінійного методу.

Підприємство може нараховувати амортизацію на нематеріальні активи, використовуючи один з п'яти методів:

- 1) прямолінійний метод;
- 2) метод зменшення залишкової вартості;
- 3) метод прискореного зменшення залишкової вартості;
- 4) кумулятивний метод;
- 5) виробничий метод.

Під час розрахунку вартості, яка амортизується, ліквідаційна вартість нематеріальних активів прирівнюється до нуля, крім випадків коли:

- існує невідмовне зобов'язання іншої особи щодо придбання цього об'єкта наприкінці строку його корисного використання;
- ліквідаційна вартість може бути визначена на підставі інформації існуючого активного ринку і очікується, що такий ринок існуватиме наприкінці строку корисного використання цього об'єкта [3].

Для нарахування амортизації нематеріальних активів підприємство може застосовувати строки їх корисного використання, встановлені податковим законодавством:

- група 1 – права користування природними ресурсами. Строк дії права користування – відповідно до правовстановлюючого документа;
- група 2 – права користування майном. Строк дії права користування – відповідно до правовстановлюючого документа;

- група 3 – права на комерційні позначення. Строк дії права користування – відповідно до правовстановлюючого документа;

- група 4 – права на об'єкти промислової власності. Строк дії права користування – відповідно до правовстановлюючого документа, але не менш як 5 років;

- група 5 – авторське право та суміжні з ним права. Строк дії права користування – відповідно до правовстановлюючого документа, але не менш як 2 роки;

- група 6 – інші нематеріальні активи. Строк дії права користування – відповідно до правовстановлюючого документа [2].

Отже, враховуючи, що нематеріальні активи належать до класу необоротних активів, строк їх корисного використання повинен становити не менше одного року або одного операційного циклу, якщо він довший за рік.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів: Наказ Міністерства фінансів України від 16 листопада 2009 р. № 1327 / Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/en/v1327201-09?lang=uk#Text> (дата звернення 11.04.2021).

2. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 11.04.2021).

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18 жовтня 1999 р. № 242 / Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text> (дата звернення 11.04.2021).

УДК 338:330

Григор'єва Олександра Павлівна, студентка 2 курсу,
Спеціальність «Міжнародні економічні відносини»,
Національний університет «Львівська політехніка».
(м. Львів, Україна)

АНАЛІЗ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ «GIC» ТА БІЗНЕС-КЛАСТЕРУ «JLD» НА ПРИКЛАДІ ІНДУСТРІАЛЬНОЇ КРАЇНИ – СІНГАПУР

Анотація: У статті проаналізовано транснаціональну компанію «GIC» та бізнес-кластер «JLD» на прикладі індустріальної країни - Сінгапур. Розглянуто процес реалізації та майбутні проекти їх вдосконалень.

Ключові слова: транснаціональна корпорація (ТНК); міжнародний картель, бізнес-кластер, «Конкурентний ромб» М. Портера.

Сінгапур - інноваційне місто та країна, яка входить до групи «східноазійських тигрів». Між періодом кінця ХХ ст. та початку ХХІ ст. здійснила гігантський економічний прорив та перетворилась з держав третього світу в передові країни [1].

Передусім, проаналізуємо споріднені ТНК, які діють в Сінгапурі та їх діяльність. У сучасних умовах відбувається безперервне зростання ролі транснаціональних корпорацій (ТНК) у світовому виробництві, міжнародному поділі праці й міжнародному економічному обміні. Транснаціональні корпорації - це найбільші компанії, національні за капіталом і контролем, але міжнародні за сферою своєї діяльності, їхня відмінна особливість - наявність активів за кордоном, які виникають на базі прямих інвестицій. Виникнення ТНК відноситься до періоду після Другої світової війни, коли вони стали панівною формою міжнародних монополій, прийшовши на зміну міжнародним картелям.

На прикладі Сінгапуру, проаналізуємо ТНК – «GIC». Це транснаціональна компанія, яка володіє активами 360 мільярдів доларів. Створена в 1981 році, вона управляє валютними резервами Сінгапуру та розміщується для довгострокових та гнучких інвестицій у межах класів активів, включаючи державні акції, постійний дохід, нерухомість та приватний капітал. У приватний капітал «GIC» інвестує через кошти та безпосередньо в компанії, співпрацюючи з його

менеджерами та керівними командами. У «GIC» працює 1300 людей у офісах в Сінгапурі, Пекіні, Лондоні, Мумбаї, Нью-Йорку, Сан-Франциско, Сан-Паулу, Сеулі, Шанхаї та Токіо. «GIC» розбудовує нові можливості та розширює інвестиційні та операційні платформи, прагнучи посилити інвестиційні показники та організаційну стійкість у майбутньому [2].

Оцінюючи переваги діяльності транснаціональної компанії для країни загалом та вплив обраних ТНК на економіку приймаючих країн, зазначимо, що ТНК – «GIC» є одним з найбільших інвесторів на публічному ринку у світі, вони активно інвестують на ринки, що розвиваються. Достатньо диверсифікований портфель інвестування спрямований на те, щоб забезпечити стійку, вищу віддачу, прагнучи підтримувати та максимізувати ефективність інвестицій шляхом ефективною реалізації стратегії, пасивного розгортання та відбору зовнішніх менеджерів з уважністю.

Широкого спектру інвестиційних продуктів та послуг транснаціональним компаніям надає корпорація «iFAST» - платформа для надання інвестиційних продуктів управлінню зі штаб-квартирою в Сінгапурі, включаючи фонди, облігації та державні цінні папери Сінгапуру (SGS), акції, біржові фонди (ETFs), страхові продукти та послуги, включаючи онлайн-дискреційні послуги [3].

Беручи до уваги «Конкурентний ромб» М. Портера, можна проаналізувати дану ТНК, що стратегія організації базується на структурі та суперництві. Активність компанії під час стимулювання працівників є ефективною рекламою, щоб приваблювати молоді й талановиті кадри. Основна конкуренція проходить між великими концернами, а також іноземними підприємствами з Східної Азії й США. Випадкові події надають створенню нових винаходів, а також великим технологічним зрушенням (проривам), різким змінам цін на ресурси, значних змін на світові фінансові ринки або обмінні курси, сплески світового чи місцевого попиту, політичних рішень закордонних урядів, війни та інші непередбачувані обставини. Уряд у Сінгапурі сприяє розвитку споріднених та пов'язаних галузей, що взаємодіють з провідними експортними галузями.

Досліджуючи кластери у державі, їх зв'язок із детермінантами національної переваги стає помітним, що конкурентними перевагами цієї країни на сьогодні є високий загальноосвітній рівень населення, гнучкий та ефективний ринок праці, великий обсяг внутрішнього та зовнішнього ринку, а також наявність сприятливих передумов для інноваційного розвитку, що нівелюється низькою ефективністю товарного ринку, розвиненістю фінансового ринку, сприятливе інституційне середовище.

Тому, проаналізуємо конкретний кластер в обраній країні - КСАР бізнес-кластер «JLD» в Сінгапурі. Голландське бюро КСАР в центрі Сінгапуру проходить модернізацію другого центрального ділового району JLD. Оновлений бізнес-кластер від КСАР - це понад чотири мільйони квадратних метрів простору в екологічно чистих хмарочосах, з'єднаних гігантським парком. Однією важливою особливістю кластера стане кінцева зупинка станції швидкісної залізниці, що з'єднує Сінгапур з Куала-Лумпур.

Запропонована в 2013 році, залізнична лінія «Куала-Лумпур – Сінгапур» із середньою швидкістю руху 250 км / год зменшить час поїздки між цими містами з 4 - 7 годин до 99 хвилин. Спочатку планувалося запустити гілку в 2020 році, проте тепер називають більш реалістичним 2026-й рік. Новий перспективний район «JLD» від КСАР дасть Сінгапуру колосальні площі просторів змішаного використання для довгострокового розвитку економіки регіону. Вертикальні сади в районі ростуть разом з хмарочосами. Існуючі будівлі, ландшафти і екосистеми будуть приведені у відповідність до нових розумінь терміна сталого розвитку. Нові будівлі з'єднують з існуючою інфраструктурою, а передові технології дозволять скоротити споживання енергоресурсів.

Географічно кластери Сінгапуру розташовані здебільшого майже в близькості одна від одної, що дає свої переваги, такі як: прискорення процесів і зниження транзакційних витрат за рахунок наявності довірчих відносин між учасниками кластеру та інші. Учасники кластеру мають налаштовані манери та зв'язки між собою, намагаючись створювати зручні умови, а також поліпшення

робочих відносин між фірмами, залученими в спільні проекти; поліпшення якості виробничого процесу та готової продукції.

Отже, проаналізувавши транснаціональну компанію «GIC» та кластер «JLD» в Сінгапурі, можна зробити такий висновок: найбільш визначальним показником інноваційної діяльності є створення і використання сучасних новітніх технологій, а самі технології перетворюються на рушійну силу підвищення продуктивності національного виробництва та головне джерело економічного зростання країни. Використання досягнень технологічного прогресу створюватиме значну додану вартість у ВВП та гарантуватиме постійний економічний розвиток Сінгапуру, що сприятиме підвищенню її конкурентоспроможності на міжнародному рівні. А зазначена країна відзначається високим рівнем доходу та займає 15-те місце за величиною експортно-орієнтованої економіки у світі.

Список використаних джерел:

1. Щоденний пізнавальний журнал. URL: <http://tut-cikavo.com/krajini/aziia/485-tsikavi-fakti-pro-singapur> (дата звернення 24.03.2021).
2. Лідерство - GIC. URL: <https://www.gic.com.sg/leadership/> (дата звернення 24.03.2021).
3. Японія – Сінгапур: взаємовигідне партнерство. URL: <https://mgimo.ru/about/news/experts/240819/> (дата звернення 24.03.2021).

*Науковий керівник: Дрималовська Х. В., к.е.н., асистент кафедри ММП,
Національний університет «Львівська політехніка»*

УДК 657.6

С.А. Данилкова, к.э.н., доцент
доцент кафедры финансового менеджмента
УО «Полесский государственный университет»
(г. Пинск, Республика Беларусь)

ВОПРОСЫ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ОПЕРАЦИЙ С ТОКЕНАМИ

Аннотация: автором изучено и раскрыто содержание основных направлений внутреннего аудита операций с токенами, обращено внимание на соблюдение условий признания токенов в бухгалтерском учете, правильность формирования первоначальной стоимости и фактической себестоимости, обеспечение получения достоверной информации о токенах и ее раскрытии в отчетности.

Ключевые слова: внутренний аудит, цифровые активы, токены, учетная оценка, инвентаризация, резерв, идентификация, раскрытие информации.

Трансформация экономики, создание и хождение криптовалют во всем мире требует регулирования данных процессов. Так, в Республике Беларусь приняты Указ Президента Республики Беларусь «О развитии цифровой экономики» от 21.12.2017г., №8 и постановление Министерства финансов Республики Беларусь «Об утверждении национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)» от 06.03.2018г., №16, которые отражают вопросы идентификации цифровых активов, методики бухгалтерского и налогового учета, раскрытия информации в отчетности.

В связи с данным обстоятельством руководителю службы внутреннего аудита необходимо разработать регламент, в котором следует отразить направления деятельности специалистов внутреннего аудита, с четкой детализацией на отдельные вопросы, идентифицировать лиц, ответственных за соответствие совершенных фактов хозяйственной деятельности требованиям действующего законодательства.

Содержание регламента внутреннего аудита операций с токенами, по мнению автора, должно включать изучение следующих вопросов:

- Соответствие требованиям идентификации объекта в качестве токена;
- Обоснование оценки токенов;
- Своевременность и полнота оприходования токенов;
- Законность и целесообразность выбытия токенов;
- Правомерность создания резервов под снижение стоимости токенов.

Соблюдение налогового законодательства;

– Достоверность учетных и отчетных данных об операциях с токенами и их раскрытии в отчетности.

В процессе изучения операций с токенами необходимо установить соблюдение требований законодательства по признанию их в бухгалтерском учете (рис. 1).



Рис. 1. Принятие токенов к бухгалтерскому учету

На следующем этапе необходимо изучить виды учетных оценок токенов исходя из групп операций (рис. 2).

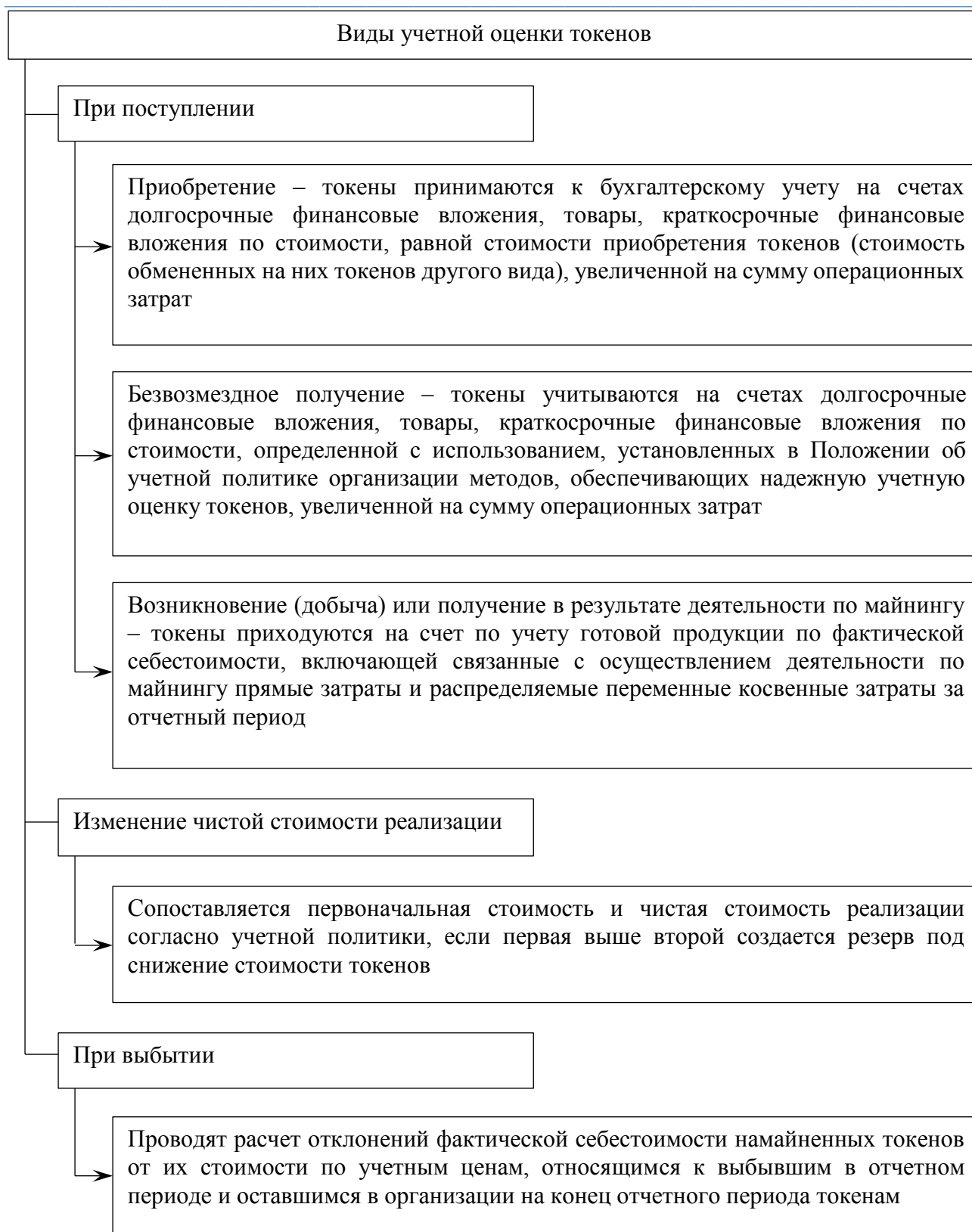


Рис. 2. Виды учетной оценки токенов

Для получения достоверной информации о фактическом наличии, состоянии, обоснованности учетной оценки и сумм резервов токенов следует соблюдать сроки и порядок проведения инвентаризации, которые должны быть

указаны в учетной политике организации и в полной мере выполняются (рис. 3).

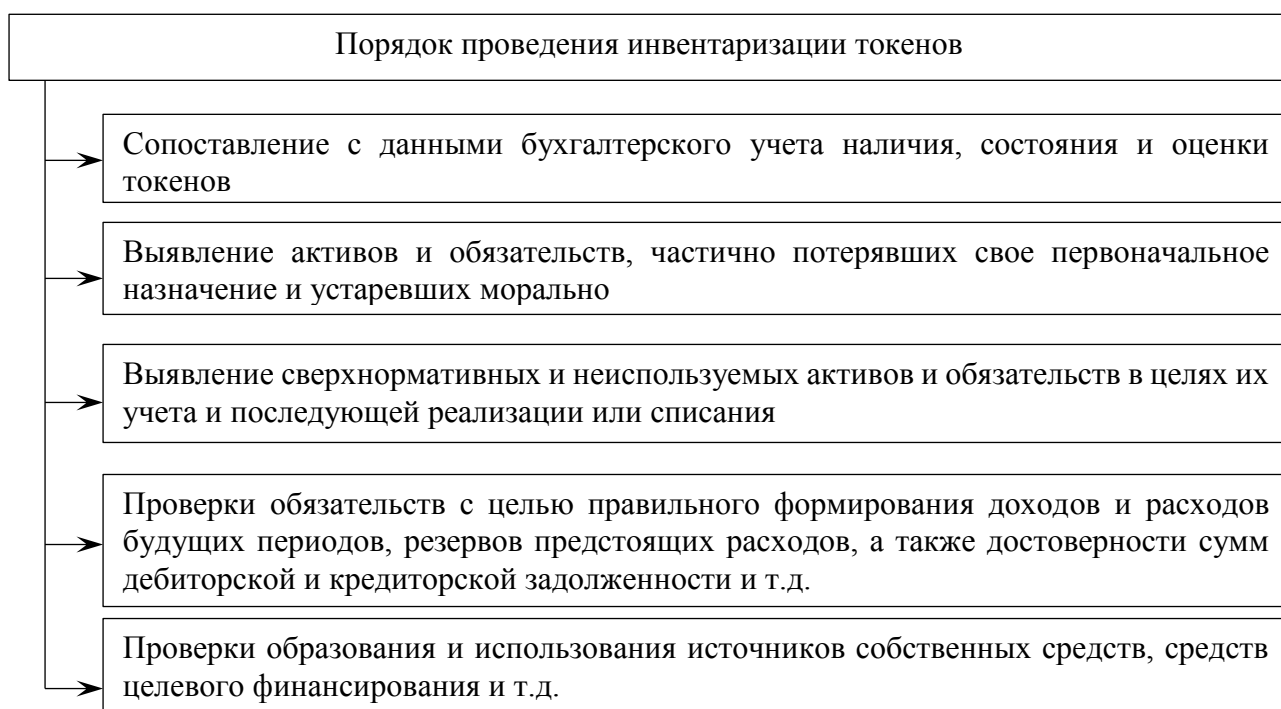


Рис. 3. Порядок проведения инвентаризации токенов

На завершающем этапе внутреннего аудита целесообразно изучить полноту раскрытия информации о токенах в примечаниях к отчетности как индивидуальной, так и консолидированной.

Таким образом, представленный автором регламент внутреннего аудита операций с токенами будет способствовать достижению поставленных целей и качества проводимых контрольных процедур.

Список использованных источников:

1. Указ Президента Республики Беларусь «О развитии цифровой экономики» от 21.12.2017г., №8. Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2021.
2. Об утверждении национального стандарта бухгалтерского учета и отчетности «Цифровые знаки (токены)»: постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 06.03.2018г., №16. Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2021.

УДК 657

І. В. Донцов, здобувач вищої освіти СВО бакалавр
Спеціальності 071 Облік і оподаткування,
К. А. Пилипенко, д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ЗЕМЛІ У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ

Анотація: У цій роботі досліджується нормативно-правове забезпечення обліку землі сільськогосподарського призначення, аналітичний облік земельних ресурсів, методи оцінки земельних ресурсів та відображення інформації про земельні ресурси у звітності.

Ключові слова: облік, організація обліку, земельні ресурси, облік землі, фермерське господарство.

Земля сільськогосподарського призначення є основним господарським засобом фермерських господарств. Стан землі визначає урожайність, а, отже, й прибутковість сільськогосподарського підприємства. У той же час кількість та вартісна оцінка землі у володінні та користуванні господарства виступає базисом розрахунку єдиного податку для платників 4 групи. А з набранням чинності Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» 1 липня 2021 року фермерські господарства зі статусом фізичної особи-підприємця матимуть право на купівлю та продаж земель сільськогосподарського призначення за умови підтвердження доходу необхідного для здійснення операції [6].

Вищезазначені фактори роблять питання організації обліку та оцінки земельних ресурсів одним із найважливіших для керівництва фермерського господарства.

Земельні відносини, пов'язані з веденням сільськогосподарського виробництва регулюються Конституцією України, Земельним кодексом України, Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, Законами України «Про фермерські господарства», «Про оренду землі», «Про оцінку земель», «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»,

П(С)БО 7 «Основні засоби» та іншими нормативно-правовими актами [5, с. 310].

Згідно Земельного кодексу України земельні ресурси сільськогосподарського призначення – це землі, що використовуються або призначені для виробництва сільськогосподарської продукції, здійснення сільськогосподарської науково-дослідницької та навчальної діяльності, розміщення відповідної виробничої інфраструктури (включаючи інфраструктуру оптових ринків сільськогосподарської продукції) [3].

Серед земель сільськогосподарського призначення розрізняють сільськогосподарські та несільськогосподарські угіддя.

Сільськогосподарськими угіддями називають ті земельні угіддя, що систематично використовуються для виробництва сільськогосподарської продукції. До них належать рілля, багаторічні насадження, сіножаті, пасовища та перелоги.

Несільськогосподарські угіддя – це землі сільськогосподарського призначення, що використовуються для захисту полів та розміщення інфраструктури. До них належать господарські шляхи і прогони, полезахисні лісові смуги та інші захисні насадження, крім тих, що віднесені до земель інших категорій, землі під господарськими будівлями і дворами, землі під інфраструктурою оптових ринків сільськогосподарської продукції тощо.

Згідно П(С)БО 7 «Основні засоби» земля відноситься до складу основних засобів та обліковується за двома елементами: земельні ділянки та капітальні витрати на поліпшення земель. Відповідно бухгалтерський облік земельних ресурсів ведеться на субрахунках 101 «Земельні ділянки» та 102 «Капітальні витрати на поліпшення земель» рахунку 10 «Основні засоби» [4]. Варто відмітити, що ці рахунки використовуються виключно для обліку власних земельних ресурсів підприємства. Бухгалтерський облік орендованих земельних ресурсів ведеться на позабалансовому рахунку 01 «Орендовані необоротні активи».

Варто відмітити, що земельні ділянки, на відміну від інших основних

засобів, не підлягають амортизації. В свою чергу капітальні витрати на поліпшення земель, до яких відносяться витрати на проведення меліоративних, іригаційних, осушувальних та інші робіт, пов'язаних з відновленням або підвищенням родючості ґрунтів, не збільшують первісну вартість земельної ділянки, а обліковуються як окремий об'єкт основних засобів та є об'єктом амортизації.

Очевидною передумовою ефективного використання земельних ресурсів є ведення аналітичного обліку. Фермерські господарства мають організувати аналітичний облік земельних ділянок таким чином, щоб користувачам можна було отримати необхідну інформацію за кожною земельною ділянкою у розрізі власних, орендованих земельних ресурсів та таких, що знаходяться у постійному користуванні підприємства. Статтею 203 Земельного кодексу зміст аналітичного обліку землі зводиться до обліку кількості та якості земель [3].

Облік кількості земель відображує у відомостях і документах дані щодо площі і складу угідь земельних ділянок та розподілу землі за власниками.

Облік якості земель відображує у відомостях і документах дані щодо природних та набутих властивостей земельних угідь, що характеризують їхню продуктивність та економічну цінність.

Згідно принципів бухгалтерського обліку земля, як і будь-який інший актив має бути достовірно оцінена. Питання оцінки земельних ресурсів підприємства стає все більш актуальним з наближенням зняття мораторію на купівлю-продаж землі сільськогосподарського призначення. Унаслідок своєї специфіки, недостатньо розробленої нормативно-правової бази та нерозвиненості земельного ринку в Україні земельні ділянки є найскладнішим об'єктом грошової оцінки [2, с. 233].

Грошова оцінка землі може здійснюватися як нормативним, так і експертними методами.

Нормативна оцінка землі сільськогосподарського призначення здійснюється за Методикою нормативної грошової оцінки земель

сільськогосподарського призначення затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 16 листопада 2016 р. № 831 [1, с. 283].

Серед експертних методів виділяють такі підходи:

- дохідний, суть якого полягає в оцінці чистого операційного або рентного доходу від використання земельних ділянок;
- порівняльний, суть якого полягає у зіставленні цін продажу подібних земельних ділянок;
- витратний, суть якого полягає в оцінці земельної ділянки з урахуванням витрат на земельні поліпшення.

Порівняльний підхід вважається найбільш привабливим, адже він максимально орієнтований на кон'юнктуру ринку.

Для оформлення операцій з надходження земельних ресурсів використовують форму №ОЗСГ-1 «Акт приймання-передачі основних засобів». Дані про земельні ресурси систематизують у розділі 4 форми №50-СГ «Землекористування протягом звітного року». Відомості про орендовані земельні ділянки та розміри плати за них відображаються у формі №4С.-Г «Заключний звіт про підсумки сівби під урожай» у рядках 410-413 [5, с. 313].

У фінансовій звітності інформація про земельні ресурси знаходить відображення у формах Ф-1 «Баланс» та Ф-5 «Примітки до фінансової звітності». У Балансі дані про землі відображуються разом з іншими основними засобами у рядку 1010. Примітки містять рядки «Земельні ділянки» та «Капітальні витрати на поліпшення земель» у розділі «Основні засоби», у яких відображаються загальні суми залишків на початок та кінець року, надходжень, переоцінки та вибуття усіх земельних ділянок [2, с. 234]. Слід також відмітити, що платники єдиного податку, тобто користувачі простої або спрощеної системи обліку, якими є більшість фермерських господарств не складають форми Ф-5 «Примітки до фінансової звітності», бо складання та подання відбувається відповідно до П(С)БО 25..

Отже, земельні ресурси є особливим об'єктом обліку, який потребує

особливого ставлення до себе. Недостатнє нормативно-правове забезпечення обліку земель в Україні призводить до низького рівня організації обліку землі. Така ситуація є особливо небезпечною для сільськогосподарських підприємств, для яких земельні ресурси – головний господарський засіб.

Список використаних джерел:

1. Белова І., Іщук О. Відображення в обліку земель сільськогосподарського призначення. Цифрова економіка: тренди та перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Тернопіль, 2018. С. 281-286. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/32835>

2. Гарнага О. Теоретико-методологічні засади організації обліку земельних ресурсів. Обліково-аналітичне забезпечення суб'єктів господарювання в умовах євроінтеграції : монографія С. 231-239. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/14323/>

3. Земельний кодекс України: Закон України від 25.10.2001 р. № 2768-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text> (дата звернення 06.04.2021 р.).

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку "Основні засоби": Закон України від 27.04.2000 р. № 92 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text> (дата звернення 06.04.2021 р.).

5. Хомка В. М. Особливості організації бухгалтерського обліку землі. Інноваційна економіка. Статистика, облік, аналіз та аудит. 2013. Вип. 6[44]. С. 309-314. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_6_75.

6. Пилипенко К.А., Терещенко А.В., Кондрашов О.М. Кримінальна відповідальність за порушення земельного законодавства та нормативно – облікового забезпечення. *Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва* : колективна монографія ; за ред. О. В. Калашник, Х. З. Махмудова, І. О. Яснолоб. Полтава : Видавництво ПП «Астрія», 2020. С. 78 – 86. URL: [file:///C:/Users/Master/Downloads/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_2020%20\(%D0%B7%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%BB%D0%BE%D0%BC\)_compressed.pdf](file:///C:/Users/Master/Downloads/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_2020%20(%D0%B7%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%BB%D0%BE%D0%BC)_compressed.pdf).

УДК 657.24

Л. Дорогань-Писаренко, к.е.н., доцент, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
А. Завальнюк, здобувач вищої освіти ступеня «Магістр» спеціальність Облік і оподаткування, Полтавська державна аграрна академія (м. Полтава, Україна)

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація: Облікова політика є надзвичайно важливою для підприємства, оскільки визначає сукупність правил, методик і процедур, за допомогою яких ведеться облік та складається фінансова звітність. Саме облікова політика забезпечує такий принцип бухгалтерського обліку як послідовність та якісну характеристику звітності – зіставність.

Ключові слова: облік, облікова політика, суб'єкти малого бізнесу.

Для малих підприємств питання ефективного використання ресурсів і прийняття оптимального рішення є складним. Адже неефективне їх використання призводить до збитків, а в гіршому випадку до банкрутства. І будь-яка помилка буде відчуватися сильніше та завдасть більшого удару, ніж великому підприємству. Одним із способів вплинути на ефективність використання ресурсів – є чітко прописані методи, способи і процедури для ведення бухгалтерського обліку та складання звітності [2].

Організація бухгалтерського обліку повинна здійснюватися з моменту створення підприємства, оскільки вона в подальшому безпосередньо впливає на ефективність бухгалтерського обліку [1].

За вимогами ч. 3 ст. 11 Закону для мікропідприємств, малих підприємств, непідприємницьких товариств і представництв іноземних суб'єктів господарювання (крім МСФЗ-зобов'язаних) встановлюється скорочена за показниками фінансова звітність у складі Балансу (Звіту про фінансовий стан) та Звіту про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) [4]. У свою чергу, форми і склад такої скороченої фінансової звітності визначені НП(С)БО 25 «Спрощена фінансова звітність». Для малих підприємств (крім єдиноподатників групи 3) і представництв нерезидентів цим стандартом визначена Мала

фінансова звітність у складі форм № 1-м, № 2-м. А ось для мікропідприємств, єдиноподатників групи 3 і неприбуткових організацій встановлена Мікрофінзвітність за формами № 1-мс, № 2-мс [5].

Одночасно з цим суб'єктам, які застосовують НП(С)БО 25, надана можливість вибору. Щоправда, прописана вона не в самому Законі про бухгалтерський облік, а в профільному НП(С)БО 1, яке стосується складання фінансової звітності. Його п. 2 розд. II був підкоригований наказом Мініфіну від 31.05.2019 р. № 226 (чинний з 23.07.2019 р.). Там зараз закріпили, що такі підприємства можуть самостійно визначати доцільність складання фінансової звітності за повними формами, наведеними в НП(С)БО 1. Тим самим, по суті, дозволили «малюкам» самостійно вибирати, яким стандартом керуватися (НП(С)БО 25 чи НП(С)БО 1) і за якою формою фінансової звітності (скороченою або повною) їм звітувати [3]. А раз є можливість вибору, то його треба зафіксувати в наказі про облікову політику. Але, повторимо, вибрати можна тільки між скороченою і повною фінансовою звітністю. Поміняти малі форми на мікро- і навпаки не можна.

Таблиця 1

Основні положення методології та організації обліку, які враховуються при формуванні облікової політики малих підприємств

Об'єкт	Зміст положень та їх використання в обліковій політиці підприємств	Нормативний документ
Методологічні аспекти обліку		
План рахунків бухгалтерського обліку	Ведення обліку методом подвійного запису. На підставі плану рахунків бухгалтерського обліку малі підприємства розробляють робочі плани рахунків залежно від умов фінансово-господарської діяльності, потреб обліку та управління, що передбачається в обліковій політиці	План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва
Оцінка запасів, необоротних активів, доходу, витрат, фінансових інвестицій, зобов'язань,	Вартісна оцінка активів і зобов'язань на момент їх придбання, вибуття та на дату балансу	П(С)БО 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16

дебіторської заборгованості		
Нарахування амортизації (зносу) необоротних активів	Визначення методів нарахування амортизації (зносу) основних засобів, інших необоротних матеріальних і нематеріальних активів	П(С)БО 7, 8
Організаційні аспекти обліку		
Організаційна форма бухгалтерської служби (роботи)	Бухгалтерський облік здійснюється - бухгалтерською службою (відділом), бухгалтером, - спеціалістом з бухгалтерського обліку, зареєстрованого відповідним чином; - власником (керівником); - спеціалізованою організацією (аудиторською фірмою).	Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»
Форма бухгалтерського обліку	Журнально-ордерна Проста Спрощена Автоматизована	Методичні рекомендації із застосування регістрів бух. обліку № 356 Методичні рекомендації із застосування регістрів бух. обліку малими підприємствами № 422 Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»
Оформлення первинних та зведених облікових документів	Паперові носії Машинні носії	-//-
Спосіб обробки економічної інформації	Ручний Комп'ютеризований Частково комп'ютеризований	-//-
Внутрішньогосподарський контроль	Керівництво малого підприємства самостійно розробляє систему внутрішньогосподарського контролю	-//-

Вивчення фактичних даних про методи обліку, які застосовуються на підприємствах сфери малого бізнесу, показує, що вимоги П(С)БО є адекватними для малих підприємств, оскільки вони надають керівництву право вибору під час формування облікової політики. Проте окремі вимоги цих документів є надто складними для використання у практичній діяльності, особливо за умови, що бухгалтерський облік буде вести власник малого підприємства. Але, виходячи з того, що в цілому стандарти бухгалтерського обліку придатні для використання малими підприємствами, при розробці наказу про облікову політику їм доцільно керуватись нормативним забезпеченням, основні положення якого узагальнені в табл. 1.

У стандартах обліку багато наголошується на незмінності облікової політики та випадків і методики внесення змін до неї. Проте малі підприємства не зобов'язані розкривати інформацію про свою облікову політику, тому важко проконтролювати та об'єктивно оцінити методику складання їх фінансової звітності, що може вплинути на рішення користувачів. Тому важливо розглянути можливості й особливості розробки та застосування облікової політики на малих підприємствах в Україні відповідно до вимог національних і міжнародних стандартів.

Список використаних джерел:

1. Мокієнко Т. В., Приймак І. В., Іщенко А. М. Облікова політика на підприємстві: сутність, значення та етапи організації. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством* : Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 1 (м. Полтава, 23 квітня 2019 року). Полтава, 2019. С. 181 – 184.

2. Мокієнко Т. В., Тимко А. К. Необхідність підвищення прибутковості малого підприємства в умовах сучасної економічної ринкової економіки. *Обліково-аналітичні й статистичні методи та моделі в оподаткуванні, бізнесі, економіці* : збірник тез за матеріалами XVI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. С. 477 – 478.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07.02.2013 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.rada.gov.ua>. (дата звернення 28.03.2021).

4. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність України: Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. (дата звернення 25.03.2021).

5. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність»: *Наказ Міністерства фінансів України № 39 від 25.02.2000 р. Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text>. (дата звернення 25.03.2021).

УДК 657

О. Єгорова, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
А. Чернуха, здобувач вищої освіти ступеня «Магістр» спеціальність Облік і оподаткування,
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА У ЗВІТНОСТІ

Анотація: В публікації висвітлено порядок відображення інформації про залишки готової продукції, витрати виробництва та вихід продукції рослинництва у фінансовій та статистичній звітності.

Ключові слова: рослинництво, продукція сільського господарства, звітність, форма звітності.

У сільському господарстві виробництво продукції пов'язане з використанням виробничих ресурсів галузі – трудових, земельних, водних, матеріальних, у процесі якого вони частково або повністю споживаються і переносяться на новостворену продукцію. Сукупність спожитих і перенесених на продукцію виробничих ресурсів становить витрати виробництва [1].

Основною метою обліку виробництва є своєчасне, повне, вірогідне відображення фактичного розміру і складу витрат та контроль за використанням всіх видів виробничих ресурсів, а отже обсягу виробленої продукції (наданих робіт чи послуг) в натуральних та грошових вимірниках. Дані бухгалтерського обліку є основою для складання фінансової та статистичної звітності [2].

В умовах ринкових відносин, коли на економічному просторі одночасно працюють різноманітні господарські суб'єкти – юридичні та фізичні особи, звітність стає основним джерелом інформації. Кожний суб'єкт господарювання намагається знати все про своїх замовників та постачальників. Сільськогосподарські підприємства незалежно від форм власності і господарювання, охоплюються суцільною системою річної та поточної статистичної звітності з різною періодичністю.

Узагальнення облікових даних по рахунку 23 та 26 у формах фінансової

звітності наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Розкриття інформації про виробництво у фінансовій звітності підприємства

Номер і назва рахунку	Форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»		Форма № 5 «Примітки до фінансової звітності»	
	Стаття	Код рядка	Стаття	Код рядка
23 «Виробництво»	Розділ II. Оборотні активи		Розділ VIII. Запаси	
	Незавершене виробництво	1102	Незавершене виробництво	890
27 «Готова продукція»	Готова продукція	1103	Готова продукція	900

У статті «Незавершене виробництво» показуються витрати на незавершене виробництво. У статті Готова продукція показується вартість продукції на складі.

На рис. 1 представлено форми звітності в яких відображається інформація про витрати виробництва та виходу продукції рослинництва.

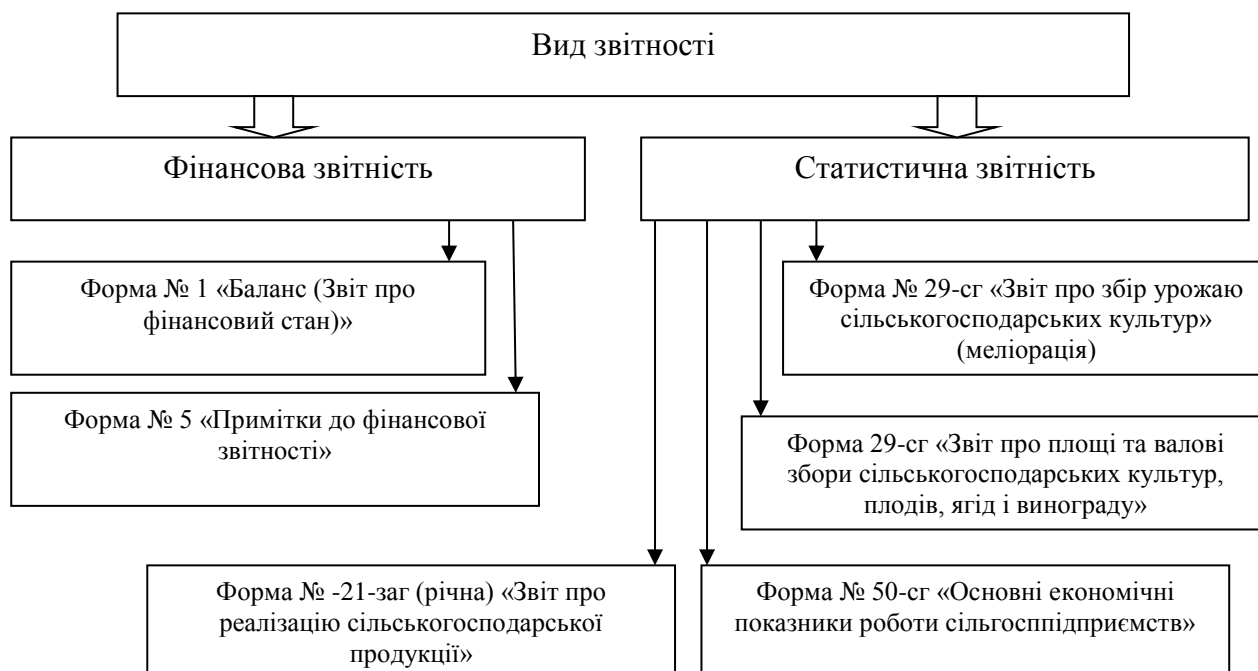


Рис. 1. Відображення інформації про витрати виробництва та вихід продукції рослинництва у звітності

Підприємство подає такі річні форми статистичної звітності з питань сільського господарства:

- 29-сг «Звіт про збір урожаю сільськогосподарських культур» (меліорація);
- 50-сг «Основні економічні показники роботи сільгоспідприємств»;
- 29-сг «Звіт про площі та валові збори сільськогосподарських культур, плодів, ягід і винограду»;
- 4-сг «Посівні площі сільськогосподарських культур під урожай 20 __ року»;
- 21-заг (річна) «Звіт про реалізацію сільськогосподарської продукції».

Підсумовуючим звітом, що охоплює всю виробничо-фінансову діяльність підприємства, є форма № 50-сг «Основні економічні показники роботи сільгоспідприємств». Ця форма тісно пов'язана із річною фінансовою звітністю, оскільки узагальнює економічні показники за звітний рік.

При заповненні форми статистичної звітності № 50-сг підприємство керується Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку: 9 «Запаси», 15 «Дохід», 16 «Витрати», Рекомендаціями про порядок заповнення форми № 50-сг та Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств [3, 4].

Варто зазначити, що форма форми 50-сг. змінила свою форму. Розглянемо зміст форми 50 с.-г. до зміни.

Інформаційним забезпеченням при складанні звіту за формою 50-сг є розрахунки по закриттю операційних рахунків, заключний Баланс та облікові реєстри. Звіт складається із чотирьох розділів: виробництво і реалізація сільськогосподарської продукції, затрати операційної діяльності, державна підтримка, землекористування протягом року.

Список використаних джерел:

1. Мокієнко Т. В. Формування стратегії управління витратами в сільськогосподарських підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Полтава, 2011. – 20 с.

2. Мокієнко Т. В., Кустолян О. Г., Луценко О. О. Витрати виробництва: сутність та завдання обліку. Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 24-25 квітня 2019 р. Том I. Полтава: РВВ ПДАА, 2019. С. 266 – 268.

3. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств : Наказ Міністерства аграрної політики України № 132 від 18.05.2001 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01> (дата звернення 21.03.2021).

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України № 318 від 31.12.1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення 21.03.2021).

УДК 657

М. Єрмолаєва, к.е.н., доцент,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет
(м. Полтава, Україна)

ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ: ХВИЛЮВАТИСЯ ЧИ НІ?

Анотація: надана характеристика річній фінансовій звітності підприємства, охарактеризовано особливості відображення інформації у Звіті про управління, досліджено дискусійні питання, що виникають під час складання річного звіту.

Ключові слова: бухгалтерський облік, фінансова звітність, звіт про управління.

Перехід України на Міжнародні стандарти обліку і звітності вніс суттєві зміни до методології та методики обліку та відображення інформації у фінансовій звітності. Під впливом Міжнародних стандартів змінився зміст окремих форм фінансової звітності, колишні форми балансу та Звіту про фінансові результати модернізувалися, з'явилися нові звітні форми, зокрема Звіт про рух грошових коштів та Примітки до річної фінансової звітності [1].

Слід зауважити, що процеси вдосконалення та модернізації бухгалтерської звітності відбуваються протягом усього періоду із моменту реорганізації всієї облікової системи України. Зазнали зміни існуючі форми фінансової звітності, з'явилися нові. Так, починаючи з 2019 року відповідно до ЗУ «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», суб'єкти підприємницької діяльності, які відносяться до категорій середніх та великих, у складі річного фінансового звіту подають Звіт про управління [2]. Вперше цей звіт подавався за 2018 рік.

Особливістю зазначеного звіту є те, що на відміну від решти форм річної фінансової звітності, він не має затвердженої табличної форми, тобто має подаватися у довільній формі. Для бухгалтера, який звик до нормативно врегульованих форм річного звіту це незвично і викликає певні питання, наприклад: чи достатньо надавати інформацію текстовим файлом; чи

створювати текстовий файл на фірмовому бланку підприємства; яких спеціалістів підприємства слід залучити для складання звіту, тощо.

Міністерство фінансів України своїм наказом № 982 від 7.12.2018 р. затвердило Методичні рекомендації зі складання звіту про управління. З одного боку це трохи заспокоїло бухгалтерів, а з іншого боку спровокувало нову хвилю незрозумілостей. Цікавим є те, що у звіті наводиться як фінансова так і нефінансова інформація. Щодо фінансової інформації в цілому питань не виникає, адже бухгалтерська служба складає річний фінансовий звіт підприємства за даними бухгалтерського обліку і має всі необхідні показники.

Згідно п. 2 Р. 2 Методичних рекомендацій звіт повинен містити таку інформацію:

- характеристику діяльності підприємства та його організаційну структуру;
- характеристику результатів діяльності підприємства;
- аналіз його ліквідності та динаміки зобов'язань;
- екологічні аспекти;
- характеристику кадрової політики та соціальних аспектів діяльності;
- характеристику наявних та можливих ризиків;
- наявність досліджень та інновацій;
- характеристику фінансових інвестицій;
- перспективи розвитку;
- корпоративне управління (для емітентів цінних паперів)

Крім того, Методичні рекомендації зазначають, що підприємство може наводити й іншу інформацію про свою діяльність, якщо буде вважати це доцільним [3]. Крім того, слід зазначити, що середні підприємства у Звіті про управління можуть відобразити тільки фінансову інформацію. Рішення про доцільність нефінансової інформації у Звіті приймає саме підприємство.

Методичні рекомендації з одного боку достатньо розлого пояснюють, що саме відображати по кожному пункту, а з іншого боку не містять жодних порад щодо того, в якій саме формі слід наводити зазначену інформацію. Це означає,

що форма викладення матеріалу залежить виключно від фахової компетентності бухгалтера та його особистої фантазії. Крім того, для складання звіту про управління необхідно залучення інших фахівців підприємства. Наприклад, відомості про організаційну структуру підприємства та види його діяльності доцільно отримати від топових менеджерів, кадрову політику і соціальні аспекти діяльності детально можуть охарактеризувати фахівці з кадрового відділу, тощо.

Тому на нашу думку, Звіт про управління – це результат творчої роботи колективу фахівців різних напрямків, а не прерогатива виключно бухгалтерської служби підприємства. При цьому необхідно передбачити колективну відповідальність всіх виконавців за правильність і об'єктивність інформації, відображеної у Звіті. Слід зауважити також, що форма подання інформації згідно Методичних рекомендацій може бути довільна. Тому піз час складання Звіту необхідно врахувати запити користувачів інформації з тим, щоб наведені дані були їм зрозумілі.

Список використаних джерел:

1. Єрмолаєва М. В., Скиданенко Ю. Д., Трушина А. Ю. Річний фінансовий звіт підприємства: вплив міжнародних стандартів на його зміст і форму. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка. Економічні науки*. Харків, 2017. № 185. С. 200-215

2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення 14.11.2020 р. № 776-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>. (Дата звернення 23.03.2021)

3. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління : затв. Наказом МФУ від 07.12.2018 р. № 982. Дата оновлення 18.01.2019 р. № - v 0027201-19. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text>. (Дата звернення 23.03.2021)

УДК 357

Н. Канцедал, к.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
В. Шершова, здобувач вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальність Облік і оподаткування,
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Анотація: У статті досліджено порядок відображення в обліку витрат виробництва та виходу продукції рослинництва. Визначено основні завдання обліку витрат виробництва та виходу продукції рослинництва.

Ключові слова: витрати, витрати виробництва, облік.

В умовах ринку кожне підприємство самостійно обирає напрями покращення фінансової стабільності та економічного розвитку, види діяльності та обсяги виробництва, систему і сфери збуту продукції, економічну політику нарощування власного капіталу.

Тому створення на підприємствах комплексної системи управлінського обліку є об'єктивною необхідністю, оскільки потреба у накопиченні й аналізі інформації за різноманітними ознаками є пріоритетною умовою дієвого та ефективного управління. Відповідно, в аграрному бізнесі пріоритетними завданнями є облік витрат сільськогосподарського виробництва, що відповідає стратегічним цілям управлінського обліку [1].

Головним призначенням обліку виробничих витрат можна вважати контроль за виробничою діяльністю та управління витратами, які необхідні для її реалізації. Основними завданнями обліку витрат на виробництво продукції зернових культур є:

- інформаційне забезпечення адміністрації підприємства для прийняття управлінських рішень;
- спостереження і контроль за фактичним рівнем витрат порівняно з їх нормативами і плановими розмірами з метою виявлення відхилень та формування економічної стратегії на майбутнє;

- достовірний облік виходу продукції за її видами з урахуванням якості;
- обчислення собівартості виготовленої продукції для оцінки готової продукції і розрахунку фінансових результатів;
- виявлення й оцінка економічних результатів виробничої діяльності структурних підрозділів;
- систематизація інформації управлінського обліку виробничої діяльності для прийняття рішень, які мають довгостроковий характер (окупність виробничих програм, рентабельність продукції, ефективність капітальних вкладень тощо).

Можна виділити такі групи документів: з обліку витрат праці; з обліку витрат предметів праці; з обліку витрат засобів праці; з обліку інших витрат; з обліку виходу продукції.

Основні бухгалтерські проведення з обліку виробництва і виходу продукції рослинництва, які складаються підприємством подано в табл. 1.

Таблиця 1

Відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій з витрат виробництва та виходу продукції рослинництва

Зміст господарських операцій	Дебет	Кредит	Сума
Списано матеріальні цінності на виробництво продукції рослинництва:			
- добрива, отрутохімікати;	231	208	25000
- різна сировина і матеріали;	231	201	15000
- нафтопродукти та інші види палива;	231	203	17805
- запасні частини;	231	207	69253
- насіння;	231	27, 208	27500
- малоцінні та швидкозношувані предмети.	231	22, 132	2356
Виконано роботи і надано послуги для рослинництва власними допоміжними виробництвами	231	234	7985
Списано витрати машинно-тракторного парку на рослинництво	231	91, 231	2348
Списано загальновиробничі витрати на зернові культури в порядку їх розподілу	231	91	6485
Частина витрат майбутніх періодів віднесено на сільськогосподарські культури (зернові культури)	231	39	6523
Нараховано підрядникам та іншим стороннім підприємствам і організаціям за виконані роботи і надані послуги по вирощуванню сільськогосподарських культур	231	63, 68	5481
Нараховано оплату праці за виконання робіт в рослинництві	231	661	45922
Нараховано єдиний соціальний внесок	231	651	2954
Списано витрати для рослинництва, проведені через підзвітних	231	372	3456

осіб			
Нараховано знос по основних засобах, що використовуються в рослинництві (Прямолінійний метод)	231	131	32659
Оприбутковано продукцію рослинництва від урожаю	27	231	8762

Правильна організація аналітичного обліку витрат і виходу продукції рослинництва для подальшого її калькулювання вимагає точного визначення об'єктів такого обліку та розмежування витрат по виробництву кожного виду продукції. Однак віднесення витрат безпосередньо на кожен вид продукції не завжди можливо і доцільно. В рослинництві це обумовлено тим, що від однієї культури отримують кілька видів продукції. З точки зору технології виробництва і господарської доцільності можливе об'єднання зроблених витрат на групи однорідних культур.

Звідси випливає, що для прямого віднесення витрат на окремі культури, виробництва, види продукції є певна межа. Тому все витрати на виробництво продукції обліковуються за певних об'єктів.

В рослинництві об'єктами обліку витрат і виходу продукції є окремі культури, групи однорідних культур, види незавершеного виробництва, окремі виробництва і витрати. У розрізі об'єктів обліку будується аналітичний облік витрат і виходу продукції.

Вибір об'єкта обліку витрат і виходу продукції рослинництва в значній мірі залежить і від спеціалізації виробництва тієї галузі виробництва, на якій спеціалізується господарство або приділяється більше уваги, потрібно і відповідна інформація. Для отримання такої інформації необхідні більш детальні об'єкти обліку. Так, наприклад, в спеціалізованих організаціях, в яких площі окремих культур значні, слід вести облік витрат і виходу продукції по основних культурах.

Список використаних джерел:

1. Канцедал Н.А., Дедова Р.О., Ковалевич В.О. Облік витрат на виготовлення кормів у сільськогосподарському виробництві. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку* :

Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Херсон 25-26 квітня 2019 р.). С. 549 - 551.

2. Методичні рекомендації з планування обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18 трав. 2001 р. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01/ed20051031/find?text> (дата звернення 22.04.2019).

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» № 318 від 31 груд. 1999 р. [Електронний ресурс]. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення 22.04.2019).

УДК 657.6

Колотій Вікторія, здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальність 071 Облік і оподаткування
Пилипенко Катерина, д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

НОВА СТАВКА ТА ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ З ПДВ ДЛЯ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Анотація: Наприкінці 2020 року парламентарі внесли зміни до податку на додану вартість: 14-відсоткова ставка на деякі види сільгосппродукції, яка діє вже з 1 березня 2021 року. Тому вивчення даного питання є актуальним на сьогоднішній день.

Ключові слова: ПДВ, ставка ПДВ для аграріїв, нова форма декларації з ПДВ, ПКУ.

Центральне управління ДПС по роботі з великими платниками податків повідомляє, що 25 лютого 2021 року набрав чинності Закон України від 17 грудня 2020 року № 1115-ІХ «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції», згідно з яким за ставкою ПДВ у розмірі 14 відсотків оподатковуватимуться операції з постачання на митній території України та ввезення на митну територію України сільськогосподарської продукції, що класифікується за такими товарними позиціями згідно з УКТ ЗЕД: 0102; 0103, 0104 10, 0401 (в частині молока незбираного), 1001, 1002, 1003, 1004, 1005, 1201, 1204 00, 1205, 1206 00, 1207, 1212 91 (далі – операції з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції), крім операцій з ввезення на митну територію України товарів, визначених у пункті 197.18 статті 197 Податкового кодексу України (більш детально в табл. 1) [2, 3].

Податок на додану вартість (ПДВ) - це непрямий податок, який входить в ціну товарів (робіт, послуг) та сплачується покупцем, але його облік та перерахування до державного бюджету здійснює продавець (податковий агент).

17 грудня 2020 року Верховна Рада України прийняла Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції» №1115-IX, який набув чинності 25 лютого 2021 року. Вказаний закон застосовується до податкових періодів починаючи з 1 березня 2021 року.

Згідно аналізу внесених змін, пункт 193.1 статті 193 Податкового кодексу України доповнено підпунктом «г»: новою ставкою ПДВ в розмірі 14%.

Отже, ставкою 14% оподатковуються внутрішні постачання, а також імпорт деяких видів сільськогосподарської продукції (види такої продукції наведені нижче у таблиці).

Таблиця 1

Операції з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції що оподатковуються за ставкою ПДВ 14%

Код УКТ ЗЕД	Назва
Продукція тваринного походження	
0102	Велика рогата худоба, жива
0103	Свині, живі
0104 10	Вівці, живі
0401	Молоко та вершки, не згущені та без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин (в частині молока незбираного)
Продукція рослинного походження	
1001	Пшениця і суміш пшениці та жита (меслин)
1002	Жито
1003	Ячмінь
1004	Овес
1005	Кукурудза
1201	Соеві боби, подрібнені або неподрібнені
1204 00	Насіння льону, подрібнене або неподрібнене
1205	Насіння свиріпи або ріпаку, подрібнене або неподрібнене
1206 00	Насіння соняшнику, подрібнене або неподрібнене
1207	Насіння та плоди інших олійних культур, подрібнене або неподрібнене
1212 91	Цукрові буряки

Водночас ставка ПДВ 14% не застосовується до операцій ввезення на митну територію України товарів, перелічених у п. 197.18 ПКУ. Зокібна, це стосується імпорту сільськогосподарськими товаровиробниками племінної, чистопородної ВРХ, свиней та овець. Адже такі операції звільнені від ПДВ на підставі зазначеної норми ПКУ [1, ст. 4]

Що стосується перехідних операцій, яким випало відбуватися в період зниження ставки податку, законодавці прописали в новому п. 54 підрозд.2 р. ХХ ПКУ. Згідно цього пункту 20-відсоткова ставка ПДВ, діє у таких випадках:

- незакінчені операції (наприклад, якщо передоплата за товар була здійснена в період дії 20-відсоткового ПДВ, то його постачання відбуватиметься також за ставкою 20%);

- повернення авансів/сільгосппродукції (тобто повернення постачальником передоплати/сільгосппродукції, отриманої до періоду запровадження 14-відсоткової ставки);

- зміна договірної вартості (тобто корегування податкових зобов'язань слід проводити за ставкою 20%, при умові здійснення постачання із 20-відсотковим ПДВ) [1, ст. 5]

Внесені зміни у ставки ПДВ, цілком логічно зумовлюють створення нових форм податкової накладної, розрахунку коригування та декларації з ПДВ, тому далі розглянемо нові їхні форми.

Зміни форми декларації з ПДВ 2021р. заготовлено такі:

- злиття Додатків Д5 і Д1 в один єдиний Додаток Д1. Це найбільш суттєва зміна, яка зачіпає кожного платника ПДВ. Колишній Додаток Д5 з декларації видалений з відповідною зміною нумерації інших додатків. В ході такого об'єднання зникла таблиця з розшифровки податкових зобов'язань по зареєстрованим податковим накладним по ІПН кожного покупця. Через скасування цієї розшифровки заповнення декларації спрощується;

- оновили інформацію у колонці з кодами додатків у основній частині податкової декларації.

- додали декілька рядків, які деталізують зміст попередніх зобов'язань. Мова йде про коригування податкових зобов'язань – тепер ці суми будуть виділені в окремих рядка, окремо по ставці 20% і 7%;

- зміна стилю розшифровки підписів внизу декларації. Замість ініціалів та прізвища – власне ім'я та прізвище. Дана новація проходить зараз в усіх нових

документах Мінфіну, Кабміну та інших державних органів;

- з'явилися рядки для 14-відсоткової ставки – у податковій декларації з Наказу №131 [4]

Зміни форми уточнюючого розрахунку:

- як і в самій декларації, із поля 02 «Звітний (податковий) період» уточнюючого розрахунку прибрати комірку для кварталу, залишивши її лише в полі 03 «Звітний (податковий) період, що уточнюється», щоб ексквартальники могли виправляти помилки в раніше поданих квартальних деклараціях та додатках до них;

- форму уточнюючого розрахунку привели у відповідність до оновленої декларації [4].

Зміни у формі податкової накладної:

- новий реквізит: у заголовній частині ПН з'явився новий реквізит «код» – ознака джерела податкового номера відповідно до реєстру, якому належить податковий номер особи. Новий реквізит вказують у разі заповнення рядка «Податковий номер платника податку або серія (за наявності) та номер паспорта» (п. 4 Порядку заповнення податкової накладної, затвердженого наказом Мінфіну від 31.12.15 р. № 1307);

- номенклатура: збільшили до 99999 (було – 9999) кількість номенклатурних позицій, яку можна зазначити в одній ПН;

- інше: у полях ПН та РК для даних продавця та покупця, які є ФОПами – платниками ПДВ, по батькові зазначають за його наявності в реєстраційних документах. Посадова (уповноважена) особа або фізособа (законний представник), яка підписує ПН, тепер замість своїх ініціалів повинна вказувати власне ім'я [3, 4].

Аналізуючи нову ставку ПДВ 14%, можна зробити висновок про те, що дане нововведення піде на користь агробізнесу в Україні. Така зміна ставки ПДВ пом'якшить систему оподаткування для сільгосп підприємств. Також можна сказати, що зниження ставки ПДВ сприятиме збільшенню кількості грошей, які

залишаються в обігу сільгосппідприємств. Так як менша ставка ПДВ вилучатиме з обігу менше грошей.

Список використаних джерел:

1. Все про бухгалтерський облік. Газета №21 (2978) від 1 березня 2021р. : <https://vobu.ua/ukr/newspaper/archive/category/2021>
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставки податку на додану вартість з операцій з постачання окремих видів сільськогосподарської продукції: Закон України від 17 грудня 2020 року № 1115-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1115-20#Text>(дата звернення: 29.03.2020).
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 29.03.2020).
4. Журнал «Головбукх»: веб-сайт. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7309-onovlena-deklaratsya-z-pdv> (дата звернення 07.04.2021).
5. Uteka: *веб-сайт*. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-nalogi-i-otchetnost-10-novye-formy-deklaracii-po-nds-i-nalogovoj-nakladnoj-s-010321-ganaliziruem-izmeneniya> (дата звернення 07.04.2021).

УДК 657

Д. Конкін, ЗВО Магістр за ОПП Облік і оподаткування
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ

Анотація: Досліджено нормативно-правове поле господарських операцій з необоротними активами та представлено модель інституційного середовища їх обліку та контролю

Ключові слова: облік, контроль, необоротні активи, інституційне середовище

Для суб'єкта господарювання будь-якого виду діяльності наявність необоротних активів забезпечує його функціонування та процес виробництва. У зв'язку з цим зростає роль управління процесом обліку та контролю необоротних активів, оскільки це не лише забезпечує об'єктивну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства, а й дає змогу забезпечувати відповідний рівень експлуатаційної ефективності відповідних елементів необоротних активів підприємства.

Предметом дослідження в межах даної теми є інституційне середовище бухгалтерського обліку та оподаткування операцій з необоротними активами, теоретико-методичні засади, а також діюча практика обліку та контролю необоротних активів на підприємствах. Завданням дослідження є створення моделі інституційного середовища обліку та контролю господарських операцій та процесів необоротних активів підприємства з урахуванням особливостей інституціонального моделювання розвитку облікових систем.

Закладаючи в розуміння сутності інституційного середовища визначення, зроблене Д. Нортон і Л. Девісом, відповідно до якого «це сукупність основоположних політичних, соціальних і юридичних правил, що утворюють базис для виробництва, обміну, розподілу і споживання обмежених благ» [5]. Щодо вказаного об'єкта дослідження воно може бути визначене через призму положень загальної теорії систем згідно з якими під структурою системи слід

розуміти не лише елементи моделі складу системи, а й взаємозв'язки між її елементами.

В інституційній теорії бухгалтерського обліку поняття «інституційне моделювання» слід розуміти як метод дослідження взаємопов'язаних об'єктів шляхом побудови абстрактних моделей, що дають можливість виявити ланцюги взаємодії окремих інститутів та визначити ефективність такої взаємодії [2].

Елементами системи інституційного моделювання в бухгалтерському обліку та оподаткуванні операцій з необоротними активами, а також обліку та контролю необоротних активів на підприємствах візьмемо господарські операції, господарські процеси, суб'єкти зовнішнього та внутрішнього впливу на господарську діяльність підприємства.

Організація обліку необоротних активів повинна бути цілісною єдиною системою взаємопов'язаних, взаємоузгоджених способів і методів обліку, які охоплюють увесь комплекс облікових процедур з виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації. В бухгалтерському обліку повинні відображатися всі види господарських операцій, пов'язані з рухом і станом необоротних активів (рис. 1).

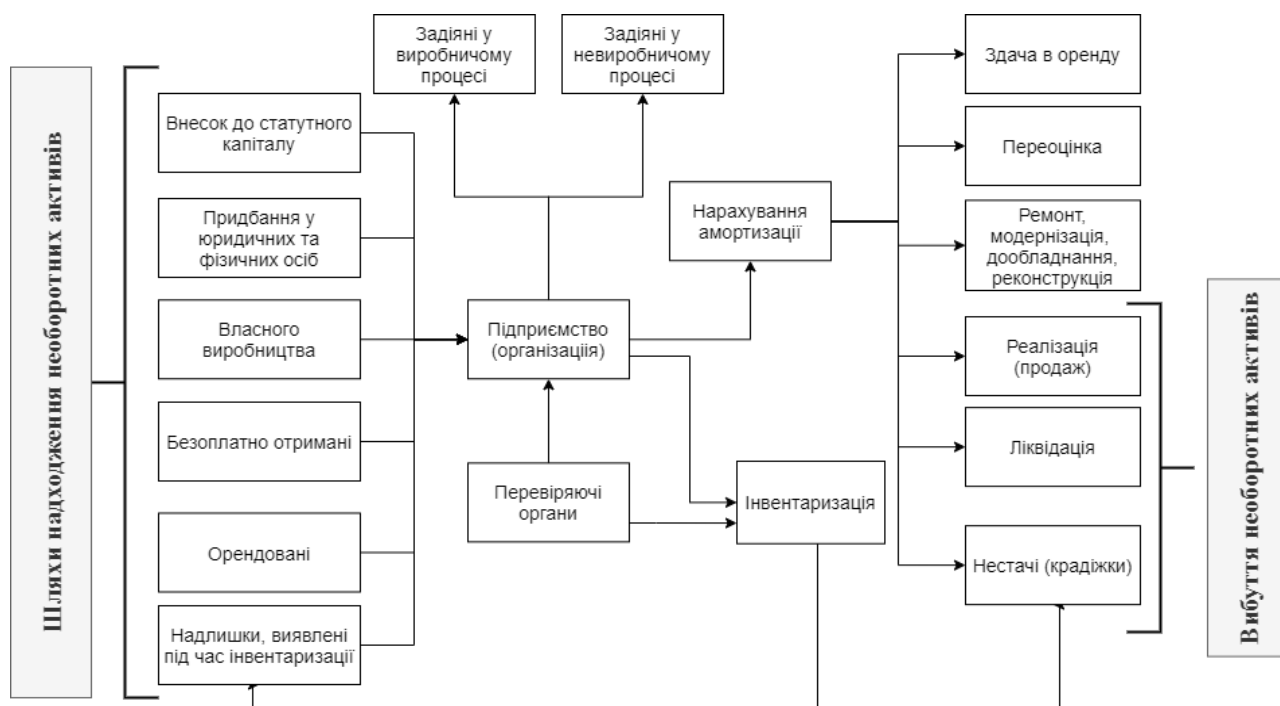


Рис. 1. Інституційне середовище обліку та контролю господарських операцій з необоротними активами

Процес поповнення підприємством своїх необоротних активів з метою отримання економічних вигід у майбутньому та підтримання матеріально-технічної бази підприємства називають надходженням необоротних активів. Порядок відображення в бухгалтерському обліку їх надходження залежить від того, яким чином вони були придбані. Шляхами надходження є: придбання у юридичних та фізичних осіб, виготовлення власними силами, внесок до статутного капіталу, безоплатне отримання, виявлення надлишку внаслідок інвентаризації, оренда.

Матеріальні об'єкти мають властивість із часом втрачати свої первісні якості, руйнуватися або ламатися. Амортизація – систематичний розподіл вартості, яка амортизується, необоротних активів протягом строку їх корисного використання (експлуатації) [4]. В такому випадку підприємство проводить ремонт, модернізацію, дообладнання чи реконструкції зношених необоротних активів. У зв'язку з змінами до ПКУ, що набрали чинність з 23.05.2020 р. амортизація не нараховується в періоді невикористання (експлуатації) основних засобів у діяльності підприємства у зв'язку з їх модернізацією, реконструкцією, добудовою, дообладнанням та консервацією [3]. Такий підхід частково знизить фінансове навантаження на суб'єкти господарювання в періоди, коли не відбувається експлуатація об'єкта, а підприємство не отримує економічної вигоди від його використання.

Капітальні інвестиції в необоротні матеріальні активи – витрати на будівництво, реконструкцію, модернізацію (інші поліпшення, що збільшують первісну (переоцінену) вартість), виготовлення, придбання об'єктів матеріальних необоротних активів (у тому числі необоротних матеріальних активів, призначених для заміни діючих, і устаткування для монтажу), що здійснюються підприємством [4].

Оцінка активів є важливою частиною бухгалтерського обліку, оскільки наявність ряду ідей вартісного вимірювання об'єктів дозволяє вільно тлумачити ключові поняття обліку. Оцінка необоротних активів – це грошове вираження

первісної (облікової, інвентарної) вартості об'єктів, які згодом будуть відображатися в бухгалтерському обліку в якості необоротних активів.

Первісна вартість – історична (фактична) собівартість необоротних активів у сумі грошових коштів або справедливої вартості інших активів, сплачених (переданих), витрачених для придбання (створення) необоротних активів [4].

Об'єкти необоротних активів, які є технічно застарілими та непридатні для експлуатації, підлягають списанню. Вибуття об'єкту основних засобів може бути у випадку реалізації, ліквідації через моральний і фізичний знос, в результаті аварії, стихійних лих та інших надзвичайних ситуацій, нестачі виявленої внаслідок інвентаризації.

Контроль (аудит) необоротних активів проводиться з метою дослідити систему ведення обліку, а саме первинні документи з оприбуткування даних активів, узагальнюючі реєстри, фактична наявність необоротних активів та співставлення цих даних з даними обліку для складання висновку аудитором про правильність дотримання вимог законодавства підприємством, використання доцільних методів обліку згідно типу діяльності підприємства.

В результаті даного дослідження побудовано модель інституційного середовища обліку необоротних активів, її елементів та взаємопов'язаних між собою в ній господарських операцій. Від інституційної моделі використання необоротних активів, залежить ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства. Це сприяє більш глибокому розумінню предметної області операцій і процесів, пов'язаних з обліком досліджуваного предмета [1]. Тому важливим напрямком діяльності підприємства є знаходження оптимальних джерел фінансування, придбання та експлуатації необоротних активів підприємства, оцінювання показників ефективності їх використання, формування ефективної амортизаційної, інвестиційної політики, їх відновлення та модернізація.

Список використаних джерел:

1. Канцедал Н. А. Інституційна модель збагачення предмета

бухгалтерського обліку. *Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 22 травня 2020 р.* Том 1. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. С 32-35 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8124>

2. Канцедал Н. А. Інституційне моделювання: поняття та базові підходи до практичного застосування. *Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2019 році (м. Полтава, 22-23 квітня 2020 року).* Полтава : РВВ ПДАА, 2020. С. 163-165. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/7965>

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. *Верховна рада України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 29.11.2020).

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27.04.2000 № 92. *Верховна рада України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (дата звернення: 29.11.2020).

5. Lance D. Institutional change and American Economic Growth: A First Step Toward a Theory of Institutional Innovation / Davis Lance, North C. Douglass. *Journal of Economic History.* 1970. V 30. P. 133.

*Науковий керівник: Н. Канцедал, к.е.н., доцент,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія*

УДК 657.1.011.56

О.В.Кончаков, старший преподаватель
кафедры бухгалтерского учета
УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»
246029, г.Гомель, пр. Октября, 50
E-mail: akyl91@mail.ru
Телефон: +37 (529) 680 68 29

ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОВОДОК ПО ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЕ В СИСТЕМЕ ПРОГРАММ 1С

Аннотация: В данной статье освещены ключевые моменты автоматизированного формирования проводок по учету заработной платы в системе программ фирмы «1С», включающих 1С:Бухгалтерию и 1С:Зарплату и управление персоналом версии 8.3, не описанные в должной мере в технической документации и специальной литературе.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, автоматизация, заработная плата, 1С:Бухгалтерия, проводка

Современное программное обеспечение фирмы «1С» для автоматизации расчетов с персоналом по оплате труда включает следующие элементы:

– 1С:Бухгалтерия 8.3 – программа для ведения сводного бухгалтерского учета по всей системе счетов (обработка проводок и формирование страниц Главной книги, в том числе по счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»);

– 1С:Зарплата и управление персоналом 8.3 (1С:ЗУП 8.3) – программа для автоматизации учета расчетов с персоналом по оплате труда.

Оба программных средства в основе своей имеют единую технологическую платформу, которая называется «1С:Предприятие». Технологическое единство позволяет программам легко взаимодействовать и обмениваться информацией. В частности, на базе платформы 1С:Предприятие 8.3 появилась возможность из программы 1С:Зарплата и управление персоналом 8.3, после несложной настройки, передавать данные по суммам начисленной заработной платы в программу 1С:Бухгалтерия, где они автоматически преобразуются в проводки и разносятся в системе счетов. Описанный процесс взаимодействия называется

«Синхронизация» [1]. Для программы 1С:Бухгалтерия обработка проводок – основная функция, и там она реализуется наилучшим образом. Соответственно из программы 1С:Зарплата и управление персоналом в версии 8.3 функции по обработке проводок практически убраны. Остался только справочник «Способы отражения зарплаты в бухгалтерском учете» и функция «Отражение зарплаты в бухучете». Функция «Отражение зарплаты в бухучете» (запускается в режиме «Зарплата») предназначена для привязки корреспонденции счетов к суммам начислений, удержаний, а также к суммам налогов и платежей по зарплате. Сама корреспонденция счетов при этом не указывается, указываются кодовые наименования по справочнику «Способы отражения зарплаты в бухгалтерском учете» и по перечислению «Виды операций по зарплате». Эти кодовые наименования интерпретируются в проводки, если документ типа «Отражение зарплаты в бухучете» из 1С:ЗУП 8.3 передаётся в программу 1С:Бухгалтерия с помощью функции «Синхронизация». Четкое срабатывание функции «Отражение зарплаты в бухучете» обеспечивается предварительной тщательной настройкой способов отражения зарплаты в справочнике «Способы отражения зарплаты в бухгалтерском учете». Для бухучета удержаний важна настройка реквизита «Вид операции по зарплате». Сами виды операций по зарплате предопределены в конфигурации программы (объект «Перечисление»).

Порядок настройки и выполнения синхронизации 1С:ЗУП 8.3 с 1С:Бухгалтерией включает следующие основные этапы [2].

1) Определяется физическое местоположение программы 1С:ЗУП 8.3 и программы 1С:Бухгалтерия (на каких компьютерах, в каких каталогах). Определяется способ доступа: локально на одном компьютере, по внутренней сети, по сети Интернет.

2) Программа 1С:Бухгалтерия подготавливается для взаимодействия с 1С:ЗУП 8.3. 1С:Бухгалтерию следует переключить в режим обработки данных по зарплате во внешней программе.

Алгоритм действий в программе 1С:Бухгалтерия:

Справочники и настройки учета – Настройка параметров учета – Сотрудники и зарплата – флаг «Во внешней программе».

Также проверяется справочник «Способы отражения зарплаты в бухгалтерском учете» на предмет его полной идентичности с аналогичным справочником в 1С:ЗУП 8.3.

Алгоритм действий в программе 1С:Бухгалтерия:

- Сотрудники и зарплата – Способы отражения зарплаты в бух. учете.

3) В программе 1С:ЗУП 8.3 перепроверяется справочник «Способы отражения зарплаты в бухгалтерском учете».

Алгоритм действий в программе 1С:ЗУП 8.3:

-Настройка – Способы отражения в бух. учете.

4) В программе 1С:ЗУП 8.3 (или в программе 1С:Бухгалтерия) производится предварительная настройка функции «Синхронизация».

Алгоритм действий в программе 1С:ЗУП 8.3:

- Администрирование – Синхронизация данных – флаг «Синхронизация данных» – Настройки синхронизации данных – [Настроить синхронизацию данных] – Бухгалтерия предприятия, редакция 2.1 – флаг «Указать настройки вручную» – [Далее] – <выбор варианта подключения, например, «Прямое подключение к программе на этом компьютере или в локальной сети»> – Каталог информационной базы – <указывается путь к базе данных 1С:Бухгалтерии> – [Далее] – <проводится окончательная настройка правил связи с внешней базой данных> – [Далее] – сообщение «Настройка синхронизации данных успешно завершена» – флаг «Выполнить синхронизацию» – <выполняется первая синхронизация> – [Готово].

В дальнейшем синхронизация уже не настраивается, а сразу используется.

5) В программе 1С:ЗУП 8.3 подготавливаются данные по начислению зарплаты для передачи в 1С:Бухгалтерию.

Алгоритм действий в программе 1С:ЗУП 8.3:

- Зарплата – Отражение зарплаты в бух.учете – [Создать] – <ввод шапки

документа> – [Заполнить] – <формирование табличных частей документа на закладках «Начисленная зарплата и взносы», «Начисленный Подоходный налог», «Удержанная зарплата»> – [Провести и закрыть].

6) В программе 1С:ЗУП 8.3 выполнить синхронизацию с программой 1С:Бухгалтерия (суть синхронизации – сделать идентичными электронные документы типа «Отражение зарплаты в бух.учете» в обеих программах).

Алгоритм действий в программе 1С:ЗУП 8.3:

- Администрирование – Синхронизация данных – [Синхронизировать].

7) В программе 1С:Бухгалтерия проверяются поступившие данные. Документ типа «Отражение зарплаты в бух.учете» проводится, т.е. по нему формируются бухгалтерские записи.

Алгоритм действий в программе 1С:Бухгалтерия:

- Сотрудники и зарплата – Отражение зарплаты в учете (для обмена в формате ЗУП, ред. 3,0) – [Enter] – <просмотр документа> – [Провести и закрыть] – [Д/К] – <просмотр проводок>.

Предложенный алгоритм позволит в максимальной степени упростить и автоматизировать процесс бухгалтерской обработки данных по труду и заработной плате с использованием системы программ фирмы «1С» версии 8.3.

Список использованных источников:

1. Обучение 1С Зарплата и управление персоналом 8.3 (3.0). Справочно-аналитическая система 2021. URL: <https://programmist1s.ru/obuchenie-1s-zarplata-i-upravlenie-personalom/>. (Дата доступа : 11.01.2021).

2. Онлайн уроки 1С: Предприятие. 2021. URL:<http://www.1c-uroki.ru>. (Дата доступа : 12.01.2021).

УДК 657

О. Красота, к.е.н., доцент
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
І. Красота, здобувач вищої освіти
за спеціальністю «Агроінженерія»
(м. Полтава, Україна)

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ НЕЗАВЕРШЕНОГО ВИРОБНИЦТВА

Анотація: В доповіді описується інвентаризаційний процес незавершеного виробництва відповідно до його видів як у рослинництві так і у тваринництві. Визначено особливості його проведення, а також документального оформлення його результатів.

Ключові слова: незавершене виробництво, інвентаризація, готова продукція, виробничий цикл, витрати на вирощування.

Згідно з пп. 6.4 п. 6 Методичних рекомендацій № 37 незавершене виробництво рослинництва інвентаризується за об'єктами культурами, видами посівів, робіт, причому площі багаторічних трав інвентаризуються за роками посіву [1].

Відповідно до пп. 6.5 цього пункту до незавершеного виробництва враховуються тільки добрива, внесені або лише вивезені восени звітного року (під урожай майбутніх років). Вартість добрив, внесених під озимі культури урожаю майбутнього року, повністю враховується у витратах на посіви озимих культур та інвентаризації не підлягає.

Підпунктом 6.6 цього самого пункту встановлено, що результати інвентаризації плодкових розсадників фіксуються в окремому описі, до якого включаються:

- незавершене виробництво розсадників;
- готова продукція (сіянці, саджанці);
- матеріальні запаси (насіння деревно-чагарникових порід).

Опис складається за виробничими циклами вирощування розсадників, тобто за кожним полем (дільницею), починаючи з посівного відділення.

До незавершеного виробництва плодкових розсадників враховують: зяб і пари, підготовлені під закладання насаджень, посіви звітного року, які ще не дали сходів, а також шпалери і плантації закладання осені звітного року; плантації з посадковим матеріалом, що залишається в незавершеному виробництві (сіянці, саджанці, які мають залишатися в розсаднику для дорощування).

До готової продукції розсадників належить весь посадковий матеріал сіянці та саджанці, які досягли стану придатності для використання їх у господарстві (для лісонасаджень, озеленення, плодівництва тощо) і для реалізації. Сіянці та саджанці, які викопані і знаходяться в прикопці (реалізацію яких ще не оформлено), обліковуються так само, як і наявні в розсаднику, в готовій продукції.

Невикопаний посадковий матеріал слід обліковувати за пробними площами для кожної породи окремо.

Вартість сіянців і саджанців, що залишилися в розсаднику для подальшого вирощування до необхідних технічних умов, а також усі витрати за посівами звітного року, які ще не дали сходів, залишаються на субрахунку «Рослинництво» рахунку 23 «Виробництво» як незавершене виробництво.

Інвентаризація розсадників у натурі проводиться, як правило, до настання зими звичайно в IV кварталі звітного року (у жовтні листопаді).

Сіянці та саджанці, непридатні до подальшого культивування і використання, вважаються відходами виробництва та до інвентаризаційного опису не включаються. Загибель посівів і насаджень оформляється актами в установленому порядку.

Щодо незавершене виробництво тваринництва, то згідно з пп. 6.7 п. 6 Методичних рекомендацій № 37 інвентаризація незавершеного виробництва тваринництва проводиться за його видами в розрізі виробничих підрозділів і матеріально відповідальних осіб.

Вартість незавершеного виробництва по інкубації визначається в такому порядку:

- підраховують кількість яєць, що залишилися на кінець року в інкубації в розрізі видів (курей, качок, індичок, гусей тощо);
- встановлюють дату закладання перехідної партії яєць на інкубацію та кількість днів інкубації в поточному році;
- шляхом множення планової собівартості одного дня інкубації (в розрізі видів яєць) на кількість закладених яєць і фактичний період інкубації в поточному році визначають вартість незавершеного виробництва.

У бджільництві вартість незавершеного виробництва визначають виходячи з кількості залишеного кормового меду у вуликах і фактичної собівартості меду.

У рибництві вартість незавершеного виробництва визначається шляхом множення собівартості 1 ц риби на кількість центнерів вирощених цьоголіток плюс витрати на вирощування цьоголіток після облову ставків. Середня розрахункова маса цьоголітки дорівнює 30 г.

До опису незавершеного виробництва не включаються забраковані деталі, неякісна сировина. Окремо на них складаються акти, які додаються до інвентаризаційного опису для прийняття остаточного рішення комісією. Остаточо забраковані деталі в склад незавершеного виробництва не включаються.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації з інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, розрахунків та незавершеного виробництва сільськогосподарських підприємств: лист Міністерства аграрної політики України від 04.12.2003 р. № 37. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/v1402555-03>

УДК 657

О. Красота, к.е.н., доцент
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
І. Красота,
ЗВО за спеціальністю «Агроінженерія»
(м. Полтава, Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ЇХ В ОБЛІКУ

Анотація: В доповіді розглядається організація інвентаризаційного процесу, формування інвентаризаційної комісії, а також формування документації. Істотна увага приділена обліковому відображенню нестач та лишків як результатів проведення інвентаризації, а також

Ключові слова: інвентаризація, інвентаризаційна комісія, нестача, лишки.

Закінчення інвентаризаційного процесу супроводжується узагальненням його результатів.

За даними інвентаризаційних описів (актів інвентаризації) бухгалтерська служба разом з робочими інвентаризаційними комісіями складає звіряльні відомості щодо тих цінностей і розрахунків, де встановлено відхилення від облікових даних. За всіма фактами пересортиці, нестачі і надлишку, а також за втратами, пов'язаними з простроченням терміну позовної давності, від службових осіб, відповідальних за зберігання цінностей і стан розрахунків, мають бути отримані письмові пояснення.

Робоча інвентаризаційна комісія у протоколі засідання фіксує пропозиції про врегулювання інвентаризаційних розбіжностей із зазначенням вжитих заходів щодо запобігання псуванню цінностей надалі.

Постійно діючі інвентаризаційні комісії здійснюють контрольні перевірки правильності проведення інвентаризації, перевіряють правильність визначення інвентаризаційних розбіжностей і обґрунтованість пропозицій щодо їх врегулювання.

Висновки постійно діючих інвентаризаційних комісій щодо врегулювання

інвентаризаційних розбіжностей набувають норм розпорядчого документа, що є підставою для записів у бухгалтерському обліку, лише після їх затвердження керівником підприємства, а якщо інвентаризація проводилась у зв'язку з приватизацією або переданням в оренду державних підприємств, то після затвердження, відповідно, органом приватизації або орендодавцем.

Пропозиції щодо врегулювання інвентаризаційних розбіжностей повинні базуватися на таких підходах:

- надлишки цінностей (включаючи кошти і розрахунки) мають бути включені до балансу із збільшенням доходів підприємства;

- взаємний залік нестач і надлишків внаслідок пересортиці може бути здійснено тільки щодо товарно-матеріальних цінностей однакового найменування однієї і тієї самої групи товарно-матеріальних цінностей, в тотожній кількості та в однієї й тієї самої матеріально відповідальної особи. Цінності, що входять до складу однієї групи, мають схожість за зовнішнім виглядом або упаковані в однакову тару, мають однакові характерні для них основні показові ознаки, схожі за своїми фізичними характеристиками, мають одну країну походження та виробника. Крім того, ПБО 7 «Основні засоби» передбачено, що подібними (однорідними) об'єктами є об'єкти, які мають однакове функціональне призначення та однакову справедливую вартість. Коли при взаємному заліку нестач і надлишків внаслідок пересортиці вартість цінностей, що виявилися у надлишку, перевищує вартість цінностей, яких не вистачає, ця різниця додається до облікової вартості цінностей із збільшенням операційних доходів. Перевищення вартості цінностей, що виявилися у нестачі, над вартістю надлишкових цінностей розглядається як вартісна нестача, і якщо конкретних її винуватців не встановлено, визнається операційними витратами підприємства. За такими сумовими (вартісними) розбіжностями у протоколах інвентаризаційної комісії мають бути наведені вичерпні пояснення причин, за якими ці розбіжності не може бути віднесено на винних осіб. Після взаємного заліку внаслідок пересортиці до нестач

застосовуються норми природного убутку застосування таких норм можливе лише при виявленні фактичних нестач. [1] Після наведеного порядку врегулювання інвентаризаційних розбіжностей нестачі цінностей мають бути відшкодовані винними особами відповідно до критеріїв оцінки, встановлених для обчислення шкоди від розкрадання, нестачі, знищення і псування матеріальних цінностей.

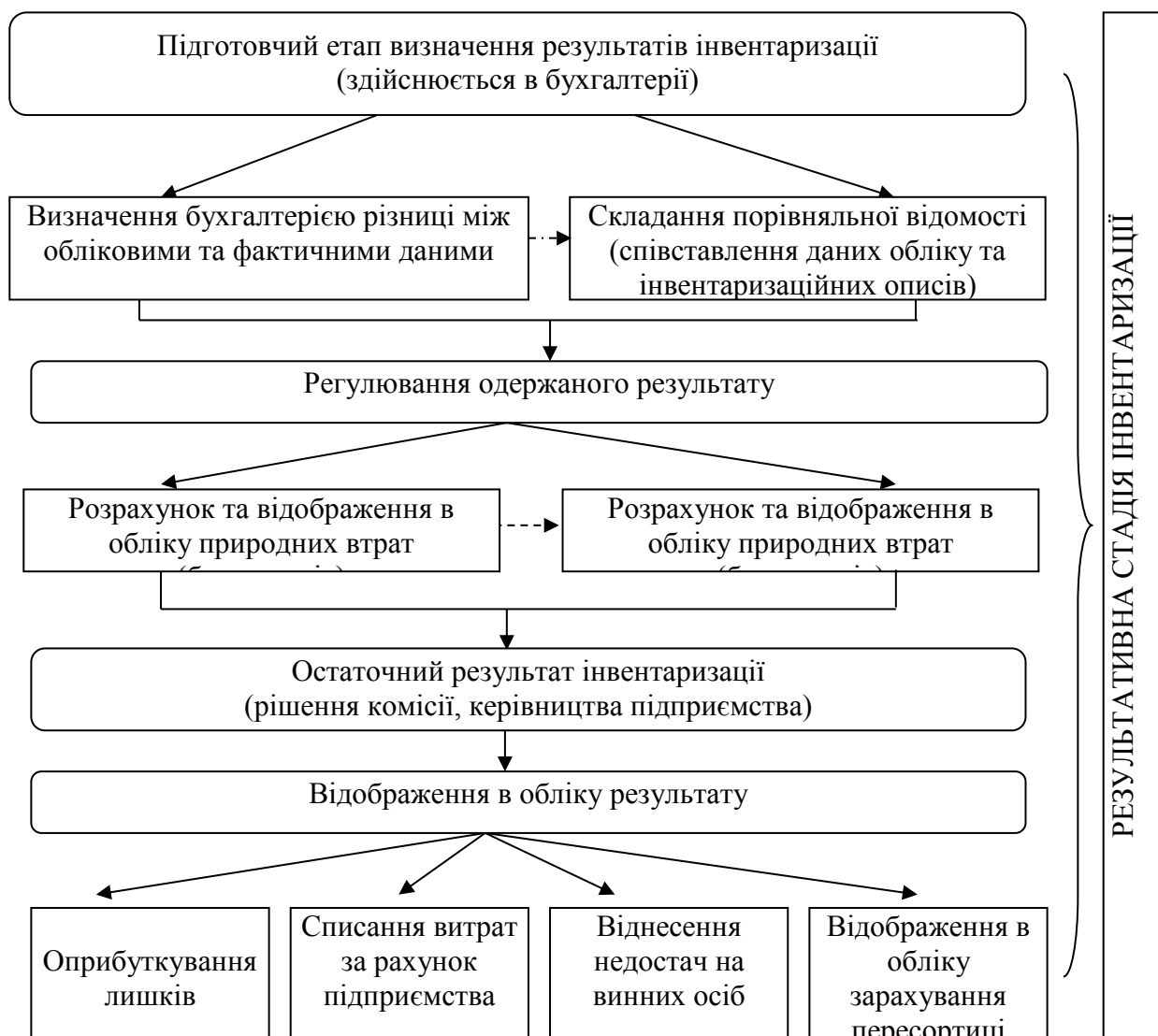


Рис. 1. Послідовність визначення, регулювання та відображення результатів інвентаризаційного процесу

Усі факти нестач і надлишків відображаються списанням і оприбуткуванням відповідних активів із зазначенням операційних (інших) витрат і доходів. Суми нестач, визнаних до відшкодування винними особами,

відображаються за дебетом субрахунку 375 «Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків» і кредитом рахунків обліку доходів.

Розбіжності (кількісні, сумові) на рахунках обліку цінностей, витрат і доходів майбутніх періодів, зобов'язань і забезпечень, розрахунків з дебіторами тощо мають усуватися за результатами інвентаризації і прийнятого рішення про їх врегулювання. Керівник підприємства, враховуючи особливості утворення сумових розбіжностей, якщо інших заходів для запобігання (попередження) їх утворення здійснити неможливо, для більш оперативного розгляду і врегулювання таких розбіжностей повинен встановити зменшену періодичність проведення інвентаризації певних об'єктів обліку (не раз на рік, а раз на квартал або місяць) [2].

Записи в бухгалтерському обліку, пов'язані з врегулюванням інвентаризаційних розбіжностей, здійснюються в тому місяці, коли завершено інвентаризацію, а щодо розбіжностей, встановлених інвентаризацією, яка проводилася станом на кінець року, у грудні звітного року.

Список використаних джерел:

1. Чудовець В. В. Науково практичний підхід до визначення етапів проведення інвентаризації. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2007. № 8. С. 12 - 19.
2. Шаповал О. Пересортиця: порядок проведення та документальне оформлення. *Бухгалтерія*. 2010. № 39. С. 86 - 91.

УДК 657

Кривич Н. В., магістрантка I курсу
Маренич Т.Г., к.е.н., професор
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
(м. Харків, Україна)

ПОРІВНЯННЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ В УКРАЇНІ ТА США

Анотація: Виробничі запаси є важливим об'єктом обліку на будь-якому підприємстві. З метою його удосконалення, Україна може вивчати досвід США. Автором узагальнено основні відмінності обліку запасів за П(С)БО та GAAP.

Ключові слова: облік, запаси, виробничі запаси, методи оцінювання виробничих запасів, П(С)БО, загальноприйняті принципи бухгалтерського обліку (GAAP).

Запаси належать до основних об'єктів обліку на будь-якому підприємстві. Від їх наявності залежить безперервність процесу виробництва, а в подальшому прибуток та ліквідність підприємства, так як вони потребують значних капіталовкладень. Питання обліку запасів у розрізі різних країн є досить актуальним в умовах глобалізації економіки. Знання обліку запасів як за П(С)БО, так і GAAP дозволить підприємству вийти на міжнародний ринок та залучити іноземних інвесторів, а національній системі обліку зробити крок до уніфікації.

Дослідженням обліку запасів займаються багато вчених, про що свідчить значна кількість наукових публікацій. При цьому особливостям обліку запасів в зарубіжних країнах, зокрема в США, приділяли увагу такі науковці: Бенько І.Д., Лучко М.Р. [1], Любезна І. [2], Маркус О.В. [3] та ін. Проте, порівняння обліку запасів в Україні та США все одно є не достатньо дослідженим.

Запаси є важливою частиною активу балансу, тому зарубіжні та вітчизняні підприємства приділяють багато уваги їх обліку, а відповідні органи розробляють нормативно-правові документи для їх регулювання. Так, облік запасів у США ведеться на основі US GAAP, регламентується ARB 43, розділом 4 «Оцінка запасів», де описано загальні принципи їх оцінки, та водночас застосовується FAS 151 «Вартість запасів, поправка до ARB 43, розділ 4». В

Україні основними нормативними актами, що регулюють саме облік запасів, є П(С)БО 9 «Запаси» [4] та Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів» [5].

На нашу думку, вивчення GAAP надасть поштовх для гармонізації бухгалтерського обліку, що передбачає використання єдиних принципів складання звітності. Гармонізація та уніфікація є однією з актуальних завдань в останні роки. Також, окрім цього, Україна у своїй діяльності може використовувати досвід США для удосконалення обліку запасів на вітчизняних підприємствах.

Визначення терміну «виробничі запаси» має певні відмінності в США та Україні. Так, Маркус О.В. [3] дає таку характеристику різниці у дефініціях: в Україні запаси є активами, призначеними для виробництва продукції, надання послуг або перепродажу протягом короткого періоду часу, то у США запаси – це активи, які використовують для продажу упродовж одного звичайного ділового циклу або одного виробничого циклу. Тобто, запаси виступають активами в обох облікових системах, але відрізняється їх призначення та період часу.

Наступна відмінність полягає у затверджених методах вибуття запасів. Згідно з П(С)БО 9 «Запаси» [4] в Україні застосовують такі методи для оцінки запасів при їх вибутті: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів, середньозваженої собівартості, собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО), нормативних затрат, ціни продажу. В той час як у США згідно US GAAP та ARB №43 використовують методи оцінки за: собівартістю кожної одиниці, середньою собівартістю, собівартістю перших за часом придбання МВЗ (ФІФО), стандартною собівартістю, за цінами продажу, собівартістю останніх за часом придбання МВЗ (метод ЛІФО). Тобто положення США дозволяють використання методу ЛІФО, що є забороненим у низці країн через його недостовірність та здатність спотворювати собівартість запасів у балансі. Проте, деякі країни зазначають можливість його використання, в тому числі і США. Більшість підприємств як українських, так і закордонних використовують метод

ФІФО. Оцінка запасів за методом ФІФО базується на припущенні, що запаси використовуються у тій послідовності, у якій вони надходили на підприємство (відображені у бухгалтерському обліку), тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво (продаж та інше вибуття), оцінюються за собівартістю перших за часом надходження запасів [5].

Для США характерними є використання періодичної та постійної системи обліку запасів, в той час як в Україні частіше використовується лише постійна. Періодична система обліку передбачає, що в кінці року буде проводитися інвентаризація наявних запасів, що дозволить встановити їх рівень на кінець звітного періоду. Як зазначають Лучко М.Р. та Бенько І.Д., собівартість реалізованих запасів не може бути визначена доти, поки не буде завершена інвентаризація, оскільки розрахунок собівартості визначають так: нетто-вартість покупок, плюс рівень запасів на початок звітного періоду, мінус рівень запасів на кінець звітного періоду [1, с. 52]. Система постійного обліку має на увазі систематичне з надходженням і рухом матеріальних запасів документування в кількісно-сумовому вираженні. Це дозволяє контролювати кількість запасів протягом всього періоду, проте інвентаризація в кінці періоду все одно є обов'язковою. На нашу думку, в Україні також доречно використання періодичної системи обліку запасів, наприклад, можливо адаптувати її для невеликих підприємств.

Згідно з П(С)БО 9 «Запаси» у собівартість включаються суми: що сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю) за вирахуванням непрямих податків, ввізного мита, непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів (які не відшкодовуються підприємству), транспортно-заготівельні витрати та інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях. В той час США включає такі витрати: сума рахунка-фактури за мінусом знижок на покупку, вартість фрахту (включаючи суму страхування товарів у дорозі) та відповідні податки та тарифи.

Отже, з наведеного вище можна дійти висновку, що облік запасів не є однаковим в Україні та США, а його регулювання є важливим для діяльності підприємств. Відмінності полягають у декількох аспектах, основні серед яких: визначення собівартості продукції, використовувані системи обліку запасів, юридично затверджена здатність використовувати метод ЛІФО та визначення самого терміну «виробничі запаси». Список не є повним, тому тема потребує подальших досліджень. Вивчення світового досвіду дозволить покращити сучасний стан обліку запасів на підприємствах України та зробити крок до гармонізації бухгалтерського обліку.

Список використаних джерел:

1. Лучко М. Р., Бенько І. Д. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка. 2004. 205 с.
2. Любезна І. Оцінка матеріальних запасів у вітчизняній та зарубіжній системах обліку. *Економічний аналіз*. 2013. №12. С. 221-226.
3. Маркус О. В., Груй В. О. Порівняльний аналіз оцінки матеріально-виробничих запасів у США та Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2018. №3. С. 169-173.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення: 13.04.2021).
5. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів: наказ Міністерства фінансів України від 30.09.2003 № 561. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0002201-07#Text> (дата звернення 13.04.2021).

УДК 657

В. Кулик, д.е.н., професор
професор кафедри бухгалтерського обліку та
економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет
(м. Полтава, Україна)

ДОКУМЕНТУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Анотація: у доповіді розглянуто окремі аспекти документального оформлення господарських операцій на підприємствах електронного бізнесу, які працюють на території України відповідно до національного законодавства.

Ключові слова: документування, домен, електронний бізнес, облік, сайт.

Розробка методичного забезпечення бухгалтерського обліку специфічних господарських операцій на підприємствах електронного бізнесу є одним із завдань облікової служби, яке може бути виконано шляхом створення форм первинних документів, підвищення аналітичності обліку за допомогою системи рахунків другого чи третього порядку та обрання альтернативних варіантів обліку із наведених у чинному законодавстві під час формування облікової політики.

Створення методичного забезпечення бухгалтерського обліку специфічних для електронного бізнесу господарських операцій на рівні підприємства можливе за умови наявності достатньої інформації щодо конкретних об'єктів обліку у чинному законодавстві. Наприклад, створення методичного забезпечення бухгалтерського обліку господарських операцій, пов'язаних із розробкою сайту, його обслуговуванням є можливим на рівні господарюючого суб'єкта, оскільки основні моменти пов'язані із визнанням та оцінкою у бухгалтерському обліку витрат на створення сайту визначені чинним законодавством. Водночас, у бухгалтерському обліку підприємств електронного бізнесу іноді виникає необхідність обліковувати об'єкти, методичні підходи до обліку яких, відсутні у законодавстві, у цьому випадку доцільним є розробка методичного забезпечення бухгалтерського обліку нових об'єктів на рівні

держави.

Методичне забезпечення обліку господарських операцій, пов'язаних із створенням сайту є важливим аспектом бухгалтерського обліку підприємств електронного бізнесу. Сайт є одним із основних активів підприємства електронного бізнесу, оскільки саме за допомогою сайту відбувається комунікація суб'єкта господарювання із споживачами його товарів, робіт чи послуг. Тому у процесі обліку господарських операцій створення та обслуговування функціонування сайту підприємства електронного бізнесу важливо правильно накопичувати та узагальнювати витрати, пов'язані із ним.

При відображенні створення веб-сайту онлайн-магазину у системі бухгалтерського обліку необхідно визначити, чи капіталізувати ці витрати, чи зарахувати їх до витрат періоду. Щоб отримати відповідь на ці питання, необхідно врахувати таке: 1) спосіб створення сайту (створення сайту власними силами онлайн-магазину, оренда сайту, придбання конструктора сайту, замовлення розробки сайту стороннім організаціям); 2) перехід права власності на елементи сайту, у тому числі об'єкти інтелектуальної власності; 3) мета використання сайту.

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» та Тлумачення ПКТ-32, власний сайт є нематеріальним активом.

Орендований сайт не є активом підприємства, платежі за його користування відображуються в обліку як роялті (п. 4 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»; ст. 14 Податкового кодексу України) та зараховуються до витрат періоду.

Документальне оформлення введення сайту у господарську діяльність здійснюється на підставі типової форми № НА-1 «Акт введення в господарській оборот об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів» на підставі наказу керівника підприємства [1].

Після створення сайту важливим моментом є підтримання його

функціонування у віртуальному середовищі. Для позначення послуг із зберігання інформації, обслуговування та підтримки веб-сайтів використовується поняття «хостинг».

Бухгалтерський облік готівкових розрахунків у онлайн-магазинах має свої особливості, порівняно із обліком готівки на підприємствах, що функціонують в інших секторах економіки. У разі використання готівкових розрахунків обов'язковою є видача покупцеві розрахункового документа. Розрахунковий документ – це документ встановленої форми та змісту (касовий чек, товарний чек, розрахункова квитанція, проїзний документ тощо), що підтверджує факт продажу (повернення) товарів, надання послуг, отримання (повернення) коштів, купівлі-продажу іноземної валюти, надрукований у випадках, передбачених чинним законодавством, і зареєстрований у встановленому порядку реєстратором розрахункових операцій або заповнений уручну. Найчастіше онлайн-магазини видають покупцям фіскальний касовий чек, що друкується за допомогою реєстратора розрахункових операцій [2, 3].

Отже, підприємства електронного бізнесу ведуть облік відповідно до чинного законодавства України та оформлюють кожен факт господарського життя первинними документами. Враховуючи особливості діяльності підприємств, більшість господарських операцій відображуються в обліку на підставі первинних документів, які складаються у електронній формі.

Список використаних джерел:

1. Кулик В.А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу. Полтава, 2017. 410 с.
2. Кулик В.А. Оподаткування підприємств електронного бізнесу: національний та міжнародний аспекти. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституціональних змін*: зб. матер. Всеукраїнської науково-практичної конференції (з міжнародною участю) (м. Полтава, 22 жовтня 2020р.). / за ред. Пилипенко К.А. Полтава : ПДАА, 2020. С. 314-318.
3. Плаксієнко В.Я., Верига Ю.А., Кулик В.А., Карпенко Є.А. Облік, оподаткування та аудит : навч. посіб. Київ: ЦУЛ. 2019. 509 с.

УДК 338.2

П. Лебедев, д.э.н., научный сотрудник
IEBC Bled School of Management
(г. Блед, Словения)

ПОСТАНОВКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОМПАНИИ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН ПРОЕКТА

Аннотация: в статье рассматривается авторский подход к постановке системы управленческой отчетности в компании. Подход включает в себя пять этапов, реализация которых может обеспечить успех проекта по внедрению. Представленное решение основано на обобщении многолетней консалтинговой практики автора. Теоретическая значимость работы обусловлена возможностью использования ее результатов в процессах совершенствования методологической базы управленческого учета и контроллинга.

Ключевые слова: управленческий учет, управленческая отчетность, консалтинг, контроллинг

Постановка системы управленческой отчетности является важной частью развития процесса управленческого учета и контроллинга в компании. Управленческая отчетность служит одним из механизмов коммуникационного процесса, который, согласно определению лучших международных практик, рассматривается как одна из наиболее значимых целей, ожидаемых от системы управленческого учета [1, 2].

Постановка систем управленческой отчетности в развивающихся экономиках сопряжена с рядом трудностей методического, организационного и технического характера [3, 4]. Оперативное разрешение имеющихся проблем позволит повысить скорость внедрения, эффективность функционирования системы управленческой отчетности и создаваемую ценность для внутренних пользователей. Авторский опыт осуществления консультационных проектов в области систем управленческой отчетности, позволяет выделить пять основных этапов этого процесса.

Этап 1. Согласование информационных потребностей ключевых пользователей внутри организации. Главной целью этого этапа является формирование разделяемого всеми заинтересованными сторонами видения

будущего состояния системы. Основные мероприятия, которые следует выполнить, включают в себя следующее:

– Проведение экспресс-диагностики с целью уточнения конкретных организационных потребностей в части информационного обеспечения менеджмента, а также выверка этих потребностей на предмет соответствия стратегическим ориентирам и приоритетам компании;

– Уточнение бизнес-модели компании для актуализации понимания бизнес-модели, сближения взглядов заинтересованных сторон на то, что представляет собой «политика фирмы» и ее стратегия;

– Интервью с ключевыми заинтересованными сторонами – определение внутреннего «заказчика» проекта и выявление ключевых пользователей управленческой отчетности, артикуляция их информационных потребностей;

– Выбор и согласование основных показателей для трансляции информационных потребностей пользователей отчетности в область ключевых финансовых и нефинансовых показателей;

– Утверждение принятых решений – фиксация внутренних договоренностей и согласований.

Этап 2. Разработка и согласование форм управленческой отчетности.

На этом этапе формы отчетности общекорпоративного уровня адаптируются под информационные потребности пользователей внутри компании, а также разрабатываются более детализированные формы оперативной отчетности. Основной используемый при этом принцип – каскадирование информации, когда отчеты последующих уровней детализируют показатели из вышестоящих отчетов. Основные мероприятия, которые следует выполнить, включают в себя следующее:

– Адаптация основных форм под бизнес-модель компании (баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств) ;

– Разработка детализированных форм;

– Разработка форм оперативной отчетности;

- Согласование форм между ключевыми заинтересованными сторонами;
- Утверждение принятых решений – фиксация внутренних договоренностей и согласований.

Этап 3. Описание основных принципов подготовки и формирование методологии подготовки отчетности. На этом этапе разрабатываются и фиксируются основные принципы подготовки управленческой отчетности и методология формирования показателей отчетности, а также алгоритмы сбора и обработки информации. Результаты данной работы рекомендуется оформлять корпоративным документом «Политика (регламент) управленческого учета». Основные мероприятия, которые следует выполнить, включают в себя следующее:

- Формулирование основных принципов подготовки управленческой отчетности в компании;
- Разработка методологии формирования показателей управленческой отчетности / Описание алгоритмов заполнения полей форм;
- Описание алгоритмов сбора и трансформации информации;
- Согласование и утверждение документа.

Этап 4. Разработка ключевых бизнес-показателей, алгоритма их расчета и интерпретации. На этом этапе определяются конкретные алгоритмы расчета показателей, а также методические рекомендации по их использованию и интерпретации. Эта работа позволяет обеспечить единообразное понимание аналитики в компании и избежать возможных конфликтов при использовании системы отчетности для оценки деятельности. Основные мероприятия, которые следует выполнить, включают в себя следующее:

- Выбор ключевых бизнес-показателей в соответствии с согласованными информационными потребностями пользователей;
- Описание алгоритм расчета ключевых бизнес-показателей;
- Описание правил интерпретации ключевых бизнес-показателей;
- Согласование и утверждение.

Этап 5. Сопровождение процесса подготовки пилотных отчетов. На

этом этапе оказывается методологическая и техническая поддержка компании в процессе подготовке пилотных отчетов. Такую поддержку целесообразно оказывать не только при осуществлении проекта с привлечением внешних консультантов, но и когда проект осуществляется исключительно силами компании. В последнем случае роль внутреннего советника должны взять на себя ответственные за вопросы методологии сотрудники службы управленческого учета. Основные мероприятия, которые следует выполнить, включают в себя следующее:

- Оказание технической и методологической поддержки исполнителям в первые отчетные периоды;
- Создание процедуры подведения итогов отчетного периода, представления, рассмотрения и обсуждения управленческой отчетности;
- Организация и проведение совещаний-подведений итогов отчетного периода.

Список использованных источников:

1. CIMA (2014). Global Management Accounting Principles. Chartered Institute of Management Accountants.
2. Institute of Management Accountants (2008). Definition of Management Accounting.
3. Lebedev, P. (2019). Management Accounting Practices in Mid-Sized Companies in Emerging Economies: an Evidence from Russia. In J. Kopec & M. Bogusz (Eds.), Knowledge-Economy-Society: Challenges for Contemporary Economies - Global, Regional, Network and Organizational Perspectives (pp. 93–103). Torun: Cracow University of Economics.
4. Lebedev, P. (2019). Three decades of management accounting in Russia: the evolution of understanding of management accounting concept. In Proceedings of 6th International Scientific Conference Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering 2019. Vilnius Gediminas Technical University.

УДК 657

Малашко Д. А., студент,
студент кафедри фінансового менеджмента
Полесский государственный университет
(г. Пинск, Беларусь)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Аннотация: в статье предложены некоторые пути оптимизации учетно-аналитического обеспечения для различных хозяйствующих субъектов. Основными вопросами являются: совершенствование технико-организационных вопросов при построении учетно-аналитических систем, внедрение или совершенствование управленческого учета, оптимизация анализа финансово-хозяйственной деятельности фирм. Для совершенствования процесса организации учетно-аналитического обеспечения предприятий нужно оптимизировать численность бухгалтеров и аналитиков, применять прогрессивные программные продукты в области учета и анализа. При постановке управленческого учета следует выбирать наиболее эффективный способ учета затрат и исчисления себестоимости продукции. При оптимизации аналитических процедур важно проводить комплексный экспресс-анализ для разных стадий развития фирмы.

Ключевые слова: автоматизация, управленческий учет, финансовый учет, анализ финансово-хозяйственной деятельности, учетно-аналитическая система.

Учетно-аналитическая система – это комплексное сочетание финансового, налогового, управленческого учета и анализа финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта [7].

Финансовый учет – это процесс формирования бухгалтерской информации, представляемой в основном для внешних пользователей, таких как: акционеры, контрагенты, банки, государственные органы. Вся информация о финансово-хозяйственной деятельности организации отражается в финансовой отчетности.

Управленческий учет – это система сбора, регистрации, обобщения и предоставления объективной информации по деятельности организации, необходимой для принятия решений управленческим звеном организации (руководителей). Благодаря организации и внедрению системы управленческого учета появляется возможность анализа финансово-экономического состояния предприятия, распределения ресурсов, оптимизации издержек, улучшения

показателей финансового результата.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия – это комплексная оценка финансово положения предприятия, его активов, обязательств и собственного капитала за определенный период времени.

В результате, учетно-аналитическое обеспечение на предприятии выполняет важнейшие информационно-управленческие функции. Поэтому его совершенствование может обеспечить повышение эффективности принимаемых управленческих решений на основе качественной информации, представленной в удобном и наглядном формате.

Оптимизировать учетно-аналитическое обеспечение на предприятии любых размеров можно в разрезе различных направлений (рис. 1).

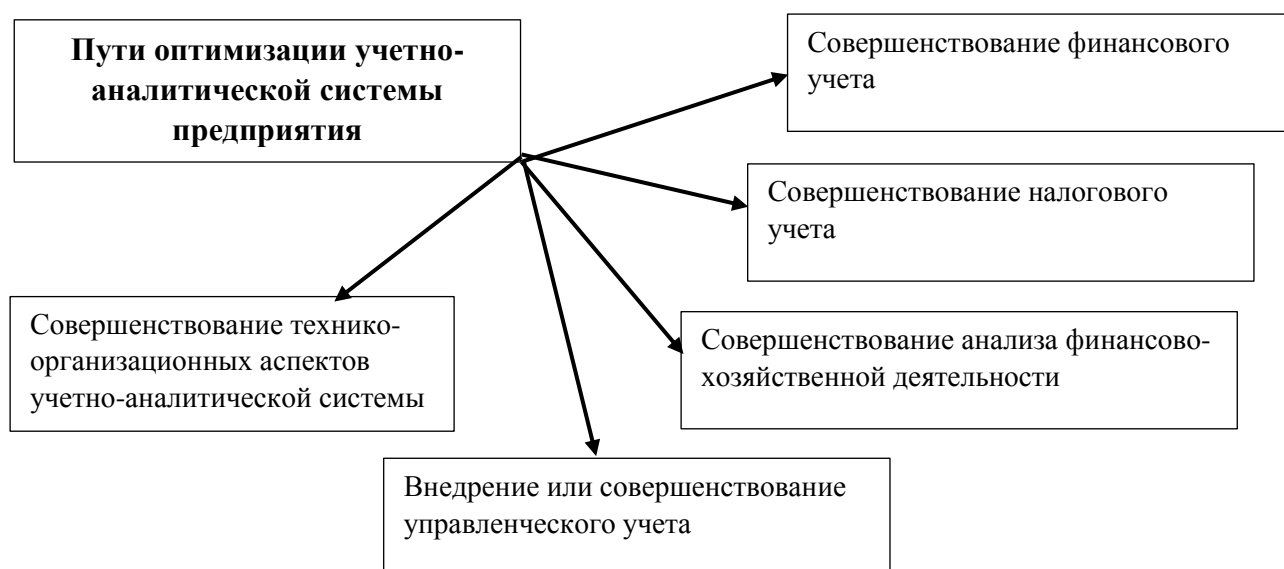


Рис. 1. Основные пути совершенствования учетно-аналитического обеспечения предприятия

Прежде всего, стоит уделить внимание улучшению технико-организационных аспектов учетно-аналитического процесса на предприятии. К числу ключевых моментов стоит отнести оптимизацию численности бухгалтеров и аналитиков, совершенствование программного обеспечения для учета и анализа. Например, для определения оптимальной численности бухгалтеров, нужно:

- сформировать список учетных задач;
- выявить приблизительное время на выполнение каждой задачи;
- распределить задачи между отдельными бухгалтерскими должностями;
- суммировать нормативное время по каждой должности и в целом по всей бухгалтерии;
- разделить нормативное время в разрезе учетных задач на фонд рабочего времени за определенный период [4].

Среди привлекательных вариантов автоматизированного решения учетно-аналитических процессов можно выделить следующие программы:

- «1С: Линк» - дает возможность удаленно управлять информационными базами;
- «1С: Лекторий» - дает возможность узнавать о новых продуктах «1С» и обучаться их применению;
- «1С: Облачный архив» - дает возможность защитить данные, автоматически копируя и сохраняя их на защищенные сервера.

При совершенствовании финансового учета можно предложить следующие мероприятия:

- внедрение МСФО для непубличных компаний – это позволит им расширять клиентскую базу и инвесторов за счет выхода на международные рынки;
- совершенствование складского учета – предполагает оперативное управление и контроль запасами;
- совершенствование процесса составления финансовой отчетности.

При составлении финансовой отчетности желательно готовить пояснения ко всем или основным ее показателям. Это благотворно скажется впоследствии при осуществлении финансового анализа фирмы. Особое внимание следует уделять расшифровкам к отчету о движении денежных средств, ведь при использовании метода начисления в финансовом учете часто возникает ситуация, когда полученная прибыль значительно отличается от объема

имеющихся в наличии денежных средств [2].

Что касается управленческого учета, то если он отсутствует на предприятии, его, конечно же, нужно постепенно внедрять. Для этого можно использовать табличный процессор Excel, в котором можно оценить: полную и сокращенную себестоимость продукции (работ, услуг), их рентабельность по отдельным видам [1]. При этом важно выбрать оптимальный способ учета затрат и расчета себестоимости (метод Директ-костинг, Стандарт-кост, Таргет-костинг и пр.).

При совершенствовании анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия следует делать упор на систематический характер проведения аналитических процедур, так как зачастую организации проводят только частичный анализ финансового состояния по итогам года. Чтобы избежать негативные тенденции в деятельности фирмы желательно проводить комплексный анализ.

Поэтому мы предлагаем использовать экспресс-анализ ключевых финансово-экономических показателей на разных этапах развития хозяйствующего субъекта [5]. Например, на основном этапе развития (после первых 2-3 лет функционирования фирмы) целесообразно анализировать: коэффициент износа основных средств, коэффициент оборачиваемости запасов и дебиторской задолженности, рентабельность активов и всей хозяйственной деятельности фирмы, коэффициент автономии, коэффициент общего покрытия (платежеспособности). При проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности необходимо активно пользоваться возможностями бухгалтерских программ, которые позволяют в наглядной форме отражать любые учетные показатели.

Следовательно, отечественные экономические субъекты должны пытаться совершенствовать учетно-аналитическое обеспечение своей финансово-хозяйственной деятельности. Возможные направления для совершенствования: улучшение технико-организационных аспектов при организации учета и анализа, оптимизация финансового учета основных средств, запасов,

детализация финансовой отчетности, налоговая оптимизация, внедрение управленческого учета, расширение и автоматизация аналитических процедур.

Список использованных источников

1. Дворецкая Ю.А., Гончарова А.И. Управление себестоимостью и пути её оптимизации в управленческом учете хлебопекарной организации. *Актуальные вопросы современной экономики*. 2018. № 6. С. 339-348.

2. Дворецкая Ю.А. Проблемы подготовки отчетности о денежных средствах в условиях реформирования бухгалтерского учета. *Вестник Брянского государственного университета*. 2011. № 3. С. 242-244.

3. Ковалева Н.Н., Ермакова Л.В. Цифровая экономика и перспективы ее развития в учетно-аналитической отрасли. В сборнике: *Современное состояние и перспективы развития финансово-аналитической науки и практики в цифровом пространстве в России и за рубежом*. Экономические науки. 157 Межвузовский сборник научных трудов и результатов совместных научно-исследовательских проектов. Москва, 2018. С. 117-122.

4. Кузнецова О.Н., Дедова О.В., Мельгуй А.Э. Оптимизация численности бухгалтерии и расходов на ее содержание. *Экономика и управление: научно-практический журнал*. 2017. № 2 (136). С. 66-71.

5. Ложкина С.Л., Кузнецова О.Н., Мишина М.Ю. Влияние процессного подхода на экспресс-анализ финансового положения предприятия на разных этапах его развития // *Фундаментальные исследования*. 2016. № 5-1. С. 166-170.

УДК 657

Т.Г. Маренич, д.е.н., професор
завідувач кафедри обліку та аудиту
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
(м. Харків, Україна)

ФОРМУВАННЯ НОВИХ ПІДХОДІВ ДО ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО КООПЕРАТИВУ

Анотація: Розглянуто переваги і недоліки нового Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію». Представлено порядок створення і використання статутного капіталу, а також фонду розвитку, резервного фонду та спеціального фонду. Запропоновано внесення змін у методику обліку складових власного капіталу сільськогосподарського кооперативу шляхом введення нових субрахунків до відповідних рахунків діючого плану рахунків.

Ключові слова: облік; статутний капітал; фонд розвитку; резервний капітал; спеціальний фонд; власний капітал; сільськогосподарський кооператив.

Сільськогосподарські кооперативи є однією з найбільш поширеною і ефективною формою об'єднання фермерів в розвинених країнах. На їх частку на аграрному ринку Європейського Союзу припадає 40-50% виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції, а в деяких країнах до 70% і більше. Наприклад, в Японії кооперативи реалізують близько 90% всієї сільськогосподарської продукції в країні, в них працює 91% всіх фермерів [1]. В Україні ж темпи розвитку сільськогосподарської кооперації не відрізняються стабільністю і масштабністю, а її потенціал довгі роки залишається не реалізованим.

Тривалий час врегулювання усіх правовідносин щодо утворення та діяльності сільськогосподарських кооперативів та їх об'єднань відбувалося різними законодавчими актами з цього питання, що не сприяло розвитку кооперації на селі. Усунути ці недоліки покликаний прийнятий в новій редакції Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію» від 21.07.2020 р. № 819-IX [2]. Цей закон визначає правові, організаційні, економічні та соціальні основи функціонування сільськогосподарської кооперації, особливості утворення і

діяльності сільськогосподарських кооперативів, їх об'єднань. В ньому розкрито основні цілі і принципи сільськогосподарської кооперації, порядок утворення сільськогосподарського кооперативу, права та обов'язки члена сільськогосподарського кооперативу, управління сільськогосподарським кооперативом, формування майна сільськогосподарського кооперативу тощо.

Разом з тим, як зазначає Кульчій І. М., є цілий ряд законодавчих положень, що викликають занепокоєння. Так, норми Закону не передбачають жодних процедур та механізмів перереєстрації сільськогосподарських кооперативів. Є питання щодо строків реєстрації сільськогосподарського кооперативу. Також вчений вважає, що нарахування дивідендів (для сільськогосподарського кооперативу, що діє з метою одержання прибутку) порушує логічну структуру класифікації сільськогосподарських підприємств на підприємства кооперативного та корпоративного типів та не відповідає усталеній практиці та нормам загального законодавства. На думку автора передбачення законодавцем понять статутного капіталу сільськогосподарського кооперативу, частки у статутному капіталі кардинально змінює правові основи функціонування сільськогосподарської кооперації, адже, суперечить її основним засадам, – пайовому характеру майна сільськогосподарського кооперативу, як однієї з основних ознак кооперації [3, с. 185].

Незважаючи на зауваження до закону, важливим питанням є відображення в обліку власного капіталу сільськогосподарського кооперативу за новими вимогами.

Згідно з оновленим законом для забезпечення статутної діяльності сільськогосподарський кооператив, у тому числі виробничий, переробний, заготівельно-збутовий, постачальницький тощо, у порядку, передбаченому статутом, формує статутний капітал (раніше – пайовий капітал), а також фонд розвитку, резервний фонд (резервний капітал) та спеціальний фонд, порядок створення і використання яких представлено в табл. 1.

Зміна законодавчих вимог щодо формування фондів в

сільськогосподарському кооперативі вимагає відповідної методики обліку, що потребує внесення доповнень і уточнень до діючого плану рахунків.

Таблиця 1

Складові власного капіталу сільськогосподарського кооперативу

Складові власного капіталу	Призначення	Порядок створення і використання
Статутний капітал	Для забезпечення статутної діяльності сільськогосподарського кооперативу	Формується з вкладів і додаткових вкладів членів кооперативу, а для кооперативу, що діє з метою одержання прибутку, – також із вкладів і додаткових вкладів асоційованих членів такого кооперативу. При виході з кооперативу вклади і додаткові вклади повертаються члену кооперативу.
Фонд розвитку	Створюється для розвитку виробництва, переробки, зберігання сільськогосподарської продукції, здійснення проведення навчання та підвищення кваліфікації членів кооперативу, виховної та просвітницької роботи у громадах, інших заходів, що сприяють розвитку сільськогосподарського кооперативу та сільськогосподарської кооперації.	Формується за рахунок вступних, членських (за наявності) внесків та відрахувань від фінансового результату (прибутку) кооперативу, що залишається після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів, передбачених законом, а також за рахунок інших не заборонених законом надходжень. Кошти, отримані як державна фінансова підтримка, грошові та майнові пожертвування, благодійні внески, гранти, гуманітарна допомога, безоплатна технічна допомога юридичних і фізичних осіб, у тому числі іноземних, спрямовуються до фонду, якщо інше не визначено при наданні відповідних коштів. Розмір щорічних відрахувань від прибутку не може становити менше частки прибутку, що залишається після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів, передбачених законом, кооперативу, пропорційно до частки залишкової вартості матеріальних і нематеріальних активів фонду розвитку у загальній залишковій вартості матеріальних і нематеріальних активів кооперативу, та менше 5% прибутку, що залишається після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів, передбачених законом. Використовується для виробничого розвитку (придбання обладнання і т.п.), розвитку персоналу та членів кооперативу, просвітницьких заходів. При виході з кооперативу вступний внесок не повертається члену кооперативу.
Резервний фонд	Створюється для відшкодування шкоди, заподіяної надзвичайними ситуаціями, та/або для компенсації можливих витрат (збитків) сільськогосподарського кооперативу.	Формується за рахунок відрахувань від фінансового результату (прибутку), що залишається після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів, передбачених законом, кооперативу та за рахунок інших не заборонених законом надходжень. Розмір щорічних відрахувань до резервного фонду визначається статутом кооперативу. Використовується для покриття непередбачених витрат, балансових збитків поточного та минулих років
Спеціальний фонд	Для забезпечення виконання конкретних завдань сільськогосподарського кооперативу	Створюється за рахунок цільових внесків членів кооперативу та інших не заборонених законом надходжень. Використовується для реалізації цілей, визначених рішенням про створення фонду. Цільовий внесок

		може бути повернуто члену кооперативу у разі виходу, виключення члена відповідного кооперативу або ліквідації кооперативу, якщо таке повернення передбачено статутом цього кооперативу.
--	--	---

Для відображення статутного капіталу сільськогосподарського кооперативу в бухгалтерському обліку доцільно, на нашу думку, відкрити субрахунки другого порядку до субрахунку 401 «Статутний капітал»: 4011 «Вклади членів кооперативу» та 4012 «Додаткові вклади». Для обліку фондів згідно з цільовим призначенням їх використання необхідно передбачити відповідні субрахунки до рахунку 43 «Резервний капітал». Доцільність їх створення, а також відсоткове співвідношення визначається за підсумками роботи сільськогосподарського кооперативу кожного звітного періоду.

Таким чином, дослідження положень Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» дає підстави стверджувати про формування нових підходів до економіко-правового регулювання сільськогосподарської кооперації, що потребує змін у методиці обліку власного капіталу сільськогосподарського кооперативу. Пропозиції щодо його обліку забезпечать користувачів необхідною інформацією для прийняття ефективних рішень.

Список використаних джерел:

1. Як працюють аграрні кооперативи в різних країнах. URL: <http://carefield.com.ua/blog/id/jak-pracujut-agrarni-kooperativi-v-riznih-krajinah-136/>
2. Про сільськогосподарську кооперацію : Закон України від 21.07.2020 р. № 819-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/819-20#Text> (дата звернення 10.04.2021).
3. Кульчій І. М. Інноваційні підходи до розвитку сільськогосподарської кооперації в умовах євроінтеграції: новели правового регулювання. *Актуальні правові проблеми інноваційного розвитку агросфери* : Матеріали науково-практичної конференції (м. Харків, 20 листопада 2020 р.). С. 182-186. URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2020/20.11.20/ActualLawIssues20_42.pdf (дата звернення 10.04.2021).

УДК 657.471

Г. В. Мацьків, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
(м. Львів, Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Анотація: Висвітлено суть та значення управлінського обліку в системі менеджменту підприємства. Відображено ключові етапи організації системи управлінського обліку. Проаналізовано програмні продукти для автоматизації управлінського обліку та обґрунтовано структуру управлінських звітів.

Ключові слова: управлінський облік, організація управлінського обліку, внутрішні користувачі, управлінські рішення, менеджмент, управлінська звітність.

Вплив на економіку України глобалізаційних процесів призводить до необхідності пошуку шляхів забезпечення ефективності функціонування підприємства, тому важлива роль у вирішенні цих питань відводиться організації системи обліково-аналітичного забезпечення діяльності суб'єкта господарювання.

На сьогоднішній день будь-який суб'єкт бізнесу зобов'язаний вести в обов'язковому порядку два види обліку – бухгалтерський (фінансовий) і податковий. Хоча вони тісно взаємопов'язані між собою, однак між ними є відмінності, обумовлені застосуванням різних нормативних джерел. Результати бухгалтерського (фінансового) і податкового обліку – фінансова звітність і податкові декларації доступні як для керівництва підприємства, так і для сторонніх користувачів [4].

З врахуванням наростаючих потреб внутрішніх користувачів інформації, виділяють також ще третій вид облік – управлінський. Як свідчать дані вільної енциклопедії Вікіпедія, управлінський облік – це процес виявлення, вимірювання, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та передачі інформації, що використовується менеджерами підприємства для планування, оцінки і контролю всередині суб'єкта бізнесу. Таким чином, система

управлінського обліку призначена для вирішення внутрішніх завдань, пов'язаних із менеджментом підприємства. Для управління підприємством необхідна детальна інформація, яка, в першу чергу, має враховувати технологічні й організаційні моменти функціонування самого суб'єкта бізнесу. Тому дані в управлінському обліку формуються і відповідно надаються із врахуванням конкретних потреб керівництва підприємства. Кінцевою метою управлінського обліку є допомога керівництву в досягненні стратегічної мети діяльності суб'єкта бізнесу.

Отже, управлінський облік суттєво відрізняється від традиційного бухгалтерського обліку, зорієнтованого на складання фінансової звітності. На відміну від фінансового обліку, що ведеться із дотриманням визначених офіційних регламентів (інструкцій, стандартів і т. д.) встановлених державними органами або професійними організаціями, управлінський облік не обмежений у виборі методів і правил і організовується самостійно підприємством.

Інформація, що надається управлінським обліком, орієнтована на задоволення потреб як стратегічного, так і поточного керування, оптимізацію використання ресурсів, забезпечення об'єктивної оцінки діяльності підрозділів і окремих менеджерів. Отже, управлінський облік є важливою складовою процесу управління та надає інформацію для контролю поточної діяльності; оптимізації використання ресурсів; оцінки ефективності діяльності; визначення стратегії та планування майбутньої діяльності [3].

Управлінський облік призначений для розв'язання таких основних завдань: відображення результатів роботи в розрізі окремих напрямків (видів діяльності, груп товарів або інших елементів залежно від специфіки бізнесу); відображення результатів роботи структурних підрозділів (відділів, цехів та ін.); здійснення контролю за витратами шляхом їх обліку по видах і центрах витрат; нагромадження статистики про доходи і витрати підприємства у визначеному розрізі і виявлення загальних тенденцій; здійснення планування і контролю виконання бюджету як окремими центрами витрат, так і бізнесом у цілому;

ведення оперативного обліку розрахунків з окремими контрагентами; забезпечення керівництва підприємства інформацією для прийняття управлінських рішень [4, с. 65]

Для досягнення вище перелічених завдань, управлінський облік на підприємстві має бути організований з врахуванням таких трьох етапів (рис. 1).

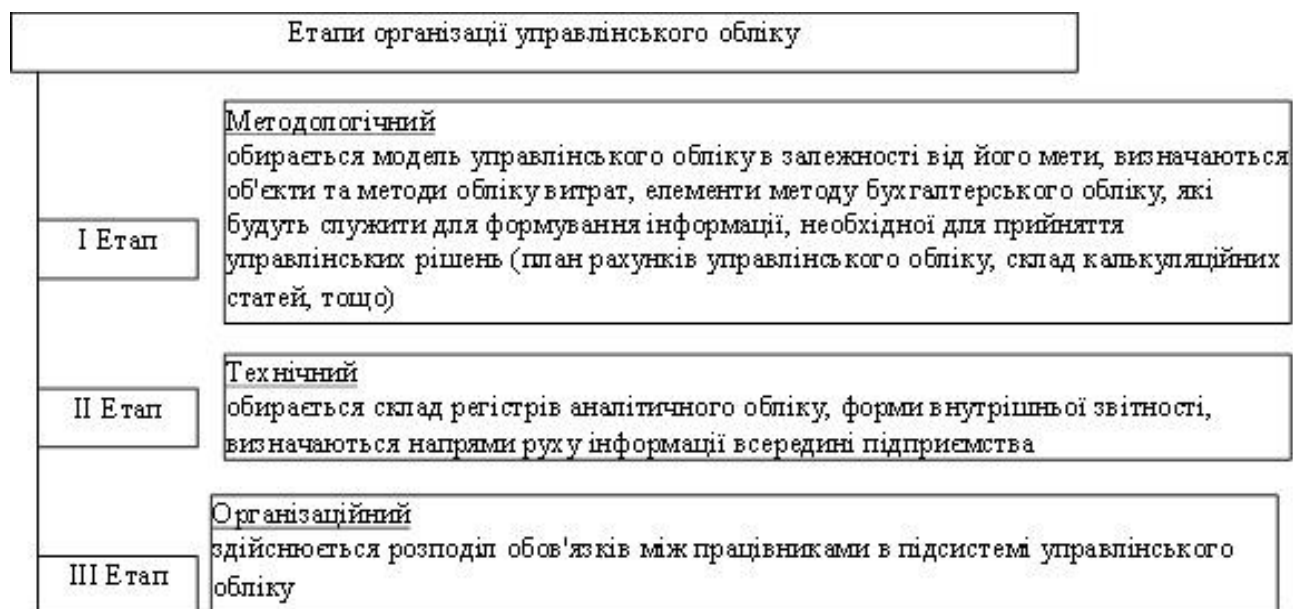


Рис. 1 Етапи організації управлінського обліку на підприємстві

На кожному із етапів, як відображені на рис. 1 вирішуються свої специфічні завдання (табл. 1).

Таблиця 1

Базові завдання на кожному із етапів організації управлінського обліку

№ етапу	Зміст етапу	Дії по етапу
Етап 1	Формування управлінського рішення облікової задачі або аналіз і опис існуючого	1) визначаються управлінські завдання та порядок їх управлінського розв'язання; 2) визначається перелік даних, необхідних для її вирішення, система їх збирання та правила документообігу; 3) визначаються результати, яких планується досягти, та призначаються відповідальні особи за досягнення визначених результатів.
Етап 2	Ув'язка прийнятих рішень з існуючими управлінськими рішеннями, обліковою політикою, бухгалтерською практикою та з існуючими обліковими технологіями	1) узгоджуються дані управлінського обліку з даними фінансового обліку; 2) вносяться зміни до облікової політики, забезпечується ведення обліку на основі автоматизації.
Етап 3	Впровадження облікових технологій	1) офіційно покладається відповідальність на конкретних працівників за збір та аналіз даних; 2) відбувається розробка посадових інструкцій для виконавців.

Не менш важливий вплив на побудову системи управлінського обліку на підприємстві мають організаційна та виробнича структури підприємства. За допомогою інформаційного забезпечення відбувається взаємозв'язок між підрозділами, розмежування прав та відповідальності кожного підрозділу перед адміністрацією підприємства, узгодженість окремих видів діяльності в досягненні мети підприємства. Інформаційна система також має бути підпорядкована потребам організаційної структури підприємства, яка залежить від багатьох факторів (рис. 2).



Рис. 2. Фактори, що впливають на побудову організаційної структури підприємства

Для досягнення позитивних результатів в організації управлінського обліку необхідно звернути увагу також на способи його автоматизації, створення служби, яка буде займатися управлінським обліком і розробку структури управлінських звітів.

Найбільш простіший спосіб автоматизації управлінського обліку на підприємстві пов'язують із електронними таблицями Excel, використання яких не вимагає додаткових затрат на придбання програмного продукту. Щодо недоліків у використанні, то варто відмітити доволі високу імовірність появи помилок в розрахунках, «напівавтоматизований» режим роботи.

Більш зручними у використанні є спеціальні бухгалтерські програми, в яких можна також вести управлінський облік. Так, в рамках програми «1С:Підприємство» функціонал для ведення управлінського обліку реалізований

в конфігурації «Управління невеликою фірмою», в «Управління торговим підприємством» (частково), а також в комплексних системах ERP-класу для середнього та великого бізнесу - «BAS Комплексне управління підприємством», «BAS ERP», «BAS: Управління холдингом» [1, с. 42].

У програмах «1С:Підприємство» реалізовані різні форми управлінської звітності. Крім, трьох головних звітів, які подають суб'єкти бізнесу – балансу, звіту про прибутки та збитки, звіту про рух грошових коштів, розроблені – звіт про продажі, звіт про вироблену продукцію, звіт про закупівлі, звіт про запаси сировини, звіт про готову продукцію, звіт про дебіторську та кредиторську заборгованість та інші. В «1С:Підприємство» можна створити спеціальні звіти під конкретні завдання управлінського обліку [2].

Отже, ведення управлінського обліку є основою для ефективного менеджменту, оскільки він відображає об'єктивну інформацію про поточний фінансовий стан підприємства. З її допомогою ви зможете приймати оперативні рішення для своєчасного реагування на зміни зовнішньої ситуації або проводити певні коригування для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Список використаних джерел:

1. Васюк Н.В. Методологія організації управлінського обліку на підприємстві. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1 (48). С.40-45.
2. Іванченкова Л.В., Ткачук Г.О. Внутрішньогосподарська звітність в системі управління бізнесом. *Економіка харчової промисловості*. 2016. Том 8, Вип. 1. С.73-80.
3. Моссаковський В.Б. Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні: монографія. К.: Інтерпрес ЛТД, 2009. 326 с.
4. Нападовська Л.В. Управлінський облік: підручник для вузів: 2ге вид., пере роб. та допов. К.: Київ нац. торг.екон. унт. 2010. 648 с.

УДК 657.633.5

Т. Меліхова, д.е.н., професор, академік АЕНУ,
завідувач кафедри обліку, аналізу, оподаткування та аудиту
Інженерного навчально-наукового інституту
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ

Анотація: У роботі проведено аналіз ефективності роботи управлінського персоналу в системі внутрішнього контролю. Розроблена форма анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю управлінського персоналу. Дослідження виконано на підставі районної адміністрації Запорізької міської ради по Дніпровському району.

Ключові слова: оцінка, ефективність, управлінський персонал, внутрішній контроль

Актуальність теми дослідження у тому, що сьогодні внутрішній контроль описується як функція, спрямована на досягнення певних цілей і складається з трьох основних компонентів, таких як впровадження коригувальних заходів, вимір фактичної продуктивності і встановлення стандартів та визначається як процес, який допомагає досягти цілей.

Метою дослідження є провести аналіз ефективності роботи управлінського персоналу в системі внутрішнього контролю.

Результати обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю, який здійснює голова районної адміністрації Запорізької міської ради по Дніпровському району показано у таблиці 1.

Таблиця 1

Оцінка ефективності внутрішнього контролю роботи управлінського персоналу

№	Результати обробки анкет	Відсотки
1	Ефективність вирішення питань головою адміністрації	90%
2.	Ефективність здійснення контролю за відділами головою адміністрації	60%
3.	Ефективність взаємодії з відділами голови адміністрації	70%

За результатами обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю роботи управлінського персоналу видно, що ефективність на: 90% вирішення питань, 60% здійснення контролю за відділами, 70% взаємодії з відділами.

Результати обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю, який здійснює перший заступник голови районної адміністрації Запорізької міської ради по Дніпровському району показано у таблиці 2.

Таблиця 2

**Оцінка ефективності внутрішнього контролю роботи
управлінського персоналу**

№	Результати обробки анкет	Відсотки
1	Ефективність вирішення питань першим заступником голови адміністрації	90%
2.	Ефективність керування роботою відділу житлово-комунального господарства першим заступником голови адміністрації	60%
3.	Ефективність очолювання та організації роботи першого заступника голови адміністрації	70%
4.	Ефективність взаємодії першого заступника голови адміністрації	90%
5.	Ефективність участі у підготовці загальнодержавних, міських, районних свят першим заступником голови адміністрації	90%
6.	Ефективність проведення прийому громадян з особистих питань, розглядання скарг та звернення громадян першим заступником голови адміністрації	80%
7.	Ефективність виконання доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації, які покладені на першого заступника голови адміністрації	90%

Результати обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю роботи управлінського персоналу свідчать, що цей показник складає: 90% з вирішення питань, 60% з керування роботою відділу житлово-комунального, 70% з очолювання та організації роботи, 90% з взаємодії, 90% з участі у підготовці загальнодержавних, міських, районних свят, 80% з проведення прийому громадян з особистих питань, розглядання скарг та звернення громадян, 90% з виконання доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації.

Результати обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю, який здійснює другий заступник голови районної адміністрації Запорізької

міської ради по Дніпровському району показано у табл. 3.

Таблиця 3

**Оцінка ефективності внутрішнього контролю роботи
управлінського персоналу**

№	Результати обробки анкет	Відсотки
1.	Ефективність розгляду питань другим заступником голови адміністрації	90%
2.	Ефективність додержання вимог законодавства України з питань охорони праці у районній адміністрації другим заступником голови адміністрації	90%
3.	Ефективність керування роботою другим заступником голови адміністрації	60%
4.	Ефективність очолення та організації роботи другим заступником голови адміністрації	70%
5.	Ефективність здійснення взаємодії другим заступником голови адміністрації	90%
6.	Ефективність участі у підготовки загальнодержавних, міських, районних свят другим заступником голови адміністрації	90%
7.	Ефективність проведення прийому громадян з особистих питань, розгляду скарг та звернень громадян другим заступником голови адміністрації	80%
8.	Ефективність вирішення доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації другим заступником голови адміністрації	90%

За результатами обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю роботи управлінського персоналу видно, що вона розрахована у розмірі: 90% з розгляду питань, 90% з додержання вимог законодавства України з питань охорони праці у районній адміністрації, 60% з керування роботою, 70% з очолення та організації роботи, 90% з здійснення взаємодії, 90% з участі у підготовки загальнодержавних, міських, районних свят, 80% з проведення прийому громадян з особистих питань, розгляду скарг та звернень громадян, 90% з вирішення доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації.

Результати обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю, який здійснює третій заступник голови районної адміністрації Запорізької міської ради по Дніпровському району показано у табл. 4.

За результатами обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю роботи управлінського персоналу видно, що вона досягає: 90% з розгляду

питань, 60% з керування роботи відділу економічного розвитку та підприємництва, 60% з очолення та організації роботи, 90% зі здійснення взаємодії, 90% з участі у підготовці загальнодержавних, міських, районних свят, 80% з проведення прийому громадян з особистих питань, розгляду скарг та звернень громадян, 90% з вирішення доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації.

Таблиця 4

**Оцінка ефективності внутрішнього контролю роботи
управлінського персоналу**

№	Результати обробки анкет	Відсотки
1.	Ефективність розгляду питань третім заступником голови адміністрації	90%
2.	Ефективність керування роботи відділу економічного розвитку та підприємництва третім заступник голови адміністрації	60%
3.	Ефективність очолення та організації роботи третім заступником голови адміністрації	60%
4.	Ефективність здійснення взаємодії третім заступником голови адміністрації	90%
5.	Ефективність участі у підготовці загальнодержавних, міських, районних свят третім заступником голови адміністрації	90%
6.	Ефективність проведення прийому громадян з особистих питань, розгляду скарг та звернень громадян третім заступником голови адміністрації	80%
7.	Ефективність вирішення доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації третім заступником голови адміністрації	90%

Результати обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю роботи управлінського персоналу, який здійснює четвертий заступник голови районної адміністрації Запорізької міської ради по Дніпровському району показано у табл. 5.

Таблиця 5

**Оцінка ефективності внутрішнього контролю роботи
управлінського персоналу**

№	Результати обробки анкет	Відсотки
1.	Ефективність розгляду питань четвертим заступником голови адміністрації	90%
2.	Ефективність координації загальних питань, пов'язаних з мобілізацією на території району четвертим заступником голови адміністрації	90%
3.	Ефективність керування роботою сектору по культурі та спорту четвертим заступником голови адміністрації	70%
4.	Ефективність очолення та організації роботи четвертим заступником голови адміністрації	60%

5.	Ефективність здійснення взаємодії четвертим заступником голови адміністрації	90%
6.	Ефективність проведення прийому громадян з особистих питань, розгляду скарг та звернень громадян четвертим заступником голови адміністрації	80%
7.	Ефективність вирішення доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації четвертим заступником голови адміністрації	90%

За результатами обробки анкет оцінки ефективності внутрішнього контролю роботи управлінського персоналу видно, що вона складає: 90% з розгляду питань, 90% з координації загальних питань, пов'язаних з мобілізацією на території району, 70% з керування роботою сектору по культурі та спорту, 60% очолення та організації роботи, 90% здійснення взаємодії, 80% з проведення прийому громадян з особистих питань, розгляду скарг та звернень громадян, 90% з вирішення доручень голови районної адміністрації, інших питань, пов'язаних з діяльністю районної адміністрації.

Отже, аналіз ефективності роботи управлінського персоналу в системі внутрішнього контролю проведено за допомогою розроблених форм анкет та анкетування персоналу. Це допоможе своєчасно виявити помилки в роботі управлінського персоналу, що підвищить їх ефективність.

Список використаних джерел:

1. Положення про районну адміністрацію Запорізької міської ради по Вознесенівському, Дніпровському, Заводському, Комунарському, Олександрівському, Хортицькому, Шевченківському рай. Рішенням міської ради 30.08.2017 р. № 75. URL: https://zp.gov.ua/upload/editor/polozhennya_pro_ra.pdf

2. Макаренко А.П., Максименко І.Я., Меліхова Т.О., Зоря О.П. Державний фінансовий контроль: навч. посібник для внз: [гриф ЗДІА], Запоріжжя : ЗДІА, 2017. 280 с.

3. Меліхова Т.О., Михайлуца Е.Н. Управленческий контроль как эффективный способ анализа и прогноза доходов местного бюджета *MOKSLAS IR PRAKTIKA: AKTUALIJOS IR PERSPEKTYVOS Mokslinių straipsnių rinkinys THEORY AND PRACTICE: PROBLEMS AND PROSPECTS Scientific articles*. 2020. С. 324-333.

УДК 357

Т. Мокієнко, к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
О. Козченко, здобувач вищої освіти ступеня «Магістр» спеціальність Облік і оподаткування, Полтавська державна аграрна академія (м. Полтава, Україна)

РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ДОХОДИ, ВИТРАТИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

Анотація: Визначено необхідність відображення інформації про доходи, витрати та фінансові результати у фінансовій звітності. Розкрито послідовність формування чистого фінансового результату у формі 2.

Ключові слова: доходи, витрати, фінансові результати, звітність, Звіт про фінансові результати.

У Звіті про фінансові результати розкривається інформація про доходи, витрати, прибутки і збитки, інший сукупний дохід та сукупний дохід підприємства за звітний період. Тобто на відміну від Звіту про фінансовий стан інформація у Звіті про фінансові результати надається за поточний рік (або інший звітний період: квартал, півріччя, дев'ять місяців фінансового року).

Частина «Фінансові результати» Звіту про фінансові результати відображає доходи, витрати, прибутки і збитки, що утворилися у суб'єкта господарювання протягом звітного календарного року.

При складанні «Звіту про фінансові результати (звіт про сукупний дохід)» необхідно дотримуватися принципу нарахування та відповідності доходів і витрат, за яким для визначення фінансового результату звітного періоду слід зіставити доходи звітного періоду з витратами, які були здійснені для отримання цих доходів. «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» складається з чотирьох розділів: розділ 1. «Фінансові результати» (р. 2000 - 2355); розділ 3. «Сукупний дохід» (р. 2400 - 2465); розділ 3. «Елементи операційних витрат» (р. 2500 - 2550); розділ 4. «Розрахунок показників прибутковості акцій» (р. 2600 - 2650).

Відображення інформації про фінансові результати у формі 2 «Звіт про

фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» представлено на рис. 1.

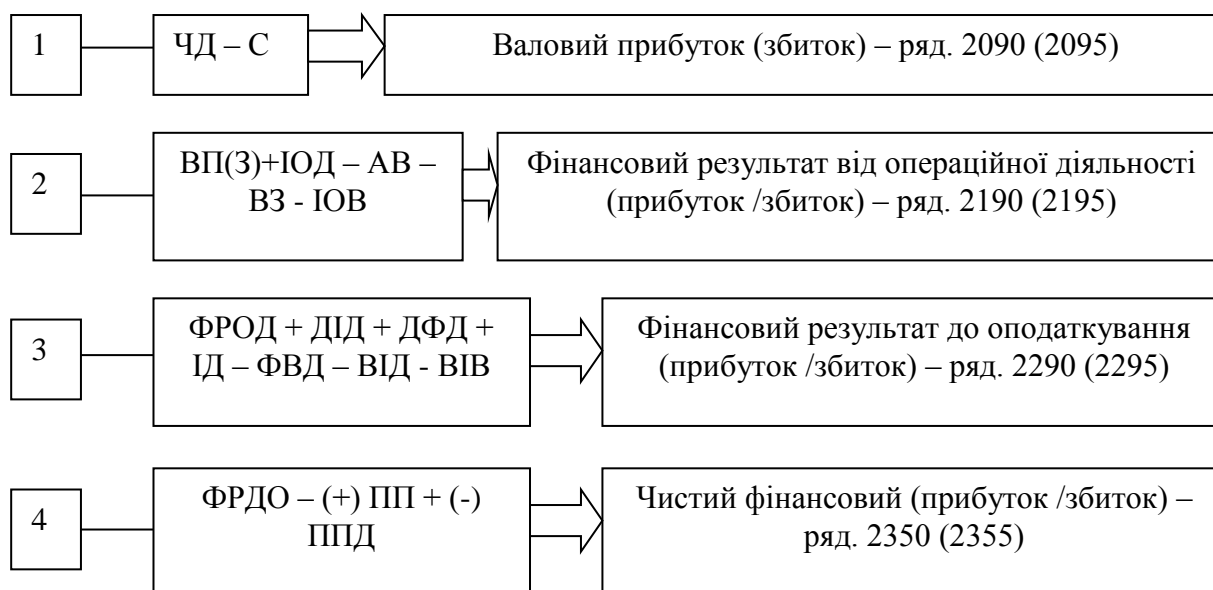


Рис. 1. Формування та відображення у ф. 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» фінансових результатів

У першому розділі «Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід)» надається інформація про доходи і витрати з точки зору власника підприємства, усі витрати, пов'язані з доходом звітного періоду, включаючи й податок на прибуток, вважаються витратами звітного періоду; прибуток розглядається як джерело виплат власникам для нарахування і сплати дивідендів, створення резервного капіталу або збільшення статутного капіталу.

У другому розділі наводиться інформація про суми проведених уцінок необоротних активів та фінансових інструментів за звітний період, суми накопичених курсових різниць, частки іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств та інший сукупний дохід.

У третьому розділі наводиться склад операційних витрат за елементами, що дозволяє провести аналіз їх структури.

У четвертому розділі Звіту про фінансові результати, який стосується лише акціонерних товариств, прості акції яких відкрито продаються та купуються на фондових біржах, а також тих товариств, які знаходяться у процесі випуску зазначених акцій, розраховуються показники прибутковості акцій.

Отже, необхідність заповнення форми № 2 «Звіт про фінансові результати

(Звіту про сукупний дохід)» (далі – Звіт про фінансові результати) викликана тим, що інформація, яка міститься у Балансі відображає обсяг активів, зобов'язань та капіталу на певну звітну дату і є недостатньою користувачам для оцінки результативності діяльності підприємства. Так, для визначення рівня розвитку юридичної особи виникає необхідність оцінити ділову активність, що в свою чергу, потребує відомостей про доходи та витрати підприємства. На відміну від Балансу, в якому відображається сальдо рахунків з обліку активів, зобов'язань і власного капіталу, у Звіті про фінансові результати наводиться інформація про отримані доходи та понесені витрати, тобто дебетові та кредитові обороти відповідних рахунків бухгалтерського обліку 9- го і 7-го класів.

Список використаних джерел:

1. Глушач Ю. С. Фінансова звітність за П(С)БО : навч.-метод. посіб. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 88 с.
2. Мокієнко Т. В., Степанюк Н. М. Нормативне регулювання обліку доходів та фінансових результатів згідно з міжнародними стандартами. *Сучасний стан і перспективи вдосконалення практичної підготовки студентів обліково-фінансового профілю* : Збірник доповідей науково-практичної конференції студентів за результатами проходження виробничих та технологічних практик по напрямках підготовки (спеціальностях). 2018. Вип. 4. С. 42 – 44.
3. Мокієнко Т. В., Пліщенко В. О., Гуріна (Литвяк) А. Є. Нормативне регулювання обліку доходів та фінансових результатів згідно з міжнародними стандартами. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : зб. матер. ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 жовтня 2019 р.). 2019. С. 228 - 231.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>. (дата звернення 21.03.2021).

УДК 657

А. Ю. Овчаренко, здобувач вищої освіти СВО магістр,
ОПП Облік і оподаткування,
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

СТУПЕНІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Анотація: у статті розглянуто ступені ефективності управління та використання власного капіталу підприємства, Описано процес управління власним капіталом підприємства, що забезпечить ефективне та раціональне використання накопиченої частини та формування власних фінансових ресурсів, які, в свою чергу, забезпечують подальший розвиток підприємства.

Ключові слова: власний капітал, управління власним капіталом, ринкова вартість підприємства, управлінські рішення, ефективність використання капіталу, збитковість.

Рівень фінансової стійкості будь-якого підприємства залежить від величини та структури його капіталу. Саме капітал, у розрізі джерел його формування, дає можливість попередньої оцінки щодо забезпеченості підприємств власними коштами за їх відношенням до позикових. Ефективність використання власного капіталу залежить від багатьох факторів, які можна розділити на зовнішні, що роблять вплив поза залежністю від інтересів підприємства, і внутрішні, на які підприємство може і повинно активно впливати. До зовнішніх факторів можна віднести такі, як загальноекономічна ситуація, податкове законодавство, умови одержання кредитів і процентні ставки по них, можливість цільового фінансування, участь у програмах, що фінансуються з бюджету. Ці й інші фактори визначають рамки, у яких підприємство може маніпулювати внутрішніми факторами раціонального руху власного капіталу.

Одним із напрямків досягнення мети максимізації ринкової вартості підприємства шляхом нарощування його капіталізованої вартості є управління капіталом підприємства, який використовується для формування його активів. Так, діяльність будь-якого підприємства можливо лише за умови наявності джерел його фінансування, які відрізняються одне від одного за своєю

економічною суттю, способами й принципами виникнення, строками мобілізації, тривалістю існування, привабливістю з точки зору того чи іншого учасника ринку та деякими іншими особливостями. Тому дослідження ефективності використання капіталу на підприємствах, а також задачі оптимізації джерел його формування викликають необхідність досконалого вивчення процесу його формування, який відображається в динаміці складу і структури капіталу цього підприємства [3].

Процес управління капіталом розглядають як систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів, їх формуванням і розподілом, яка дозволила б підприємству розвиватися на основі зростання прибутку і капіталу при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності, а також забезпечення і підтримки фінансової рівноваги підприємства.

Динаміка обсягів основного капіталу в сільському господарстві країни характеризується тенденціями зменшення, а останніми роками – поступового нарощування, а оборотного – сталим зростанням. Показники концентрації капіталу у динаміці знижуються. Це відбувається за рахунок зменшення кількості працівників, зайнятих у сільському господарстві. Земля у складі виробничого капіталу займає 86%, її частка у динаміці знижується.

Ефективність використання капіталу в сільському господарстві низька (норма прибутку – 2,3%), але у динаміці поступово підвищується. Рівень показника норми прибутку для менеджменту найнижчий, а для власника капіталу і держави практично збігається, що пов'язано, з одного боку, наявністю пільгового режиму оподаткування сільськогосподарських підприємств, з іншого – недостатнім рівнем державної підтримки. Селяни – власники майнових та земельних паїв, також не в змозі оновлювати та примножувати свою власність [1].

З метою підвищення ефективності використання капіталу необхідно здійснення комплексу заходів на всіх рівнях управління щодо забезпечення

основного капіталу оборотним, підвищення орендної плати за користування земельними та майновими паями, забезпечення підприємств сільськогосподарською технікою, реконструкції та введення у виробництво недіючих потужностей, удосконалення та розширення економічних служб у сільськогосподарських підприємствах. Застосування комплексу заходів дозволить у перспективі досягти зростання ефективності капіталу в сільському господарстві.

Аналіз ефективності використання капіталу підприємств здійснюється за допомогою різних типів моделей, що дають змогу простежити та ідентифікувати взаємозалежність між основними показниками. За існуючого стану найбільш придатними для аналізу є описові моделі. Водночас для аналізу ефективності використання власного і позикового капіталу можуть застосовуватись предикативні та нормативні моделі.

Фінансове становище підприємства знаходиться в прямій залежності від ефективності їх діяльності. Незадовільне фінансове становище призводить до зниження припливу зовнішніх фінансових надходжень, що відображається на обсягах випуску продукції, тобто на величині фінансових ресурсів, які виробляються. Однак вміле маневрування фінансовими ресурсами, що знаходяться в розпорядженні, та ефективне їх використання дає можливість підприємству покращити фінансове становище [2].

У нинішніх умовах фінансове забезпечення діяльності підприємств здійснюється переважно в трьох формах: самофінансування, тобто використання власних ресурсів для розвитку; кредитування на основі мобілізації та перерозподілу тимчасово вільних коштів; бюджетне фінансування на безповоротній основі за рахунок коштів державного і місцевого бюджетів.

Джерелом самофінансування є власні кошти, серед яких основну роль відіграють нерозподілений прибуток і амортизаційні відрахування. Оскільки більшість сільськогосподарських підприємств низькорентабельні або збиткові, вони втрачають важливу складову власного капіталу – прибуток. Амортизація

забезпечує лише просте відтворення основних засобів, а в умовах зростаючої інфляції вона не може повною мірою виконати й цієї функції

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що:

1) політика управління власним капіталом повинна забезпечувати пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності та ефективності роботи підприємства;

2) метою підвищення ефективності використання капіталу необхідно здійснення комплексу заходів на всіх рівнях управління щодо забезпечення основного капіталу оборотним, підвищення орендної плати за користування земельними та майновими паями, забезпечення підприємств сільськогосподарською технікою, реконструкції та введення у виробництво недіючих потужностей, удосконалення та розширення економічних служб у сільськогосподарських підприємствах

3) необхідно розглянути варіанти переходу на новітні процеси управлінням власним капіталом, що підвищить ефективність його використання, зменшить збитковість сільськогосподарських підприємств.

Тільки оптимальне використання і управління власним капіталом призведе до ритмічності та злагодженості роботи підприємства

Список використаних джерел:

1. Романченко В.В. Проблеми обліку власного капіталу. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=69514> (дата звернення: 06.04.2021).

2. Рудич А.І., Бондаренко Я.Ю. Особливості обліку власного капіталу та його складових в частині законодавчих новацій. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7459/1202019.pdf> (дата звернення: 06.04.2021).

3. Єрмізіна Т.О. Аналіз структури власного капіталу підприємств України. *Матеріали I Всеукраїнської науково-теоретичної інтернет-конференції студентів і аспірантів*. м. Миколаїв, 2013. С. 17-19. URL: <https://finance.mnau.edu.ua/files/tezi/tezi-dopovidej-2013111415.pdf> (дата звернення: 06.04.2021).

Науковий керівник: Тютюнник С. В., к.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю ПДАУ

УДК 657:630

І. В. Павлієнко, здобувач СВО бакалавр
освітньо-професійної програми 071 Облік і оподаткування
спеціальності 071 Облік і оподаткування
факультету обліку та фінансів
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

АНАЛІЗ РЕЛЕВАТНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Анотація: Управлінський облік як механізм інформаційного забезпечення процесу вибору конкуруючих альтернатив у процесі прийняття стратегічних, тактичних та поточних управлінських рішень наразі не визначається жодним законодавчо-нормативним актом. Тим не менше його роль в управлінні підприємством постійно зростає, оскільки він виконує функцію обслуговування інформаційних запитів різних груп користувачів.

Ключові слова: управлінський облік, інформація, управління, аналіз, релевантність, альтернатива.

Наразі «управлінський облік», як частина загальної системи бухгалтерського обліку формується за теоретико-методичним підходом до побудови інформаційної системи господарюючого суб'єкта, відстежуючи не тільки внутрішні, але й зовнішні процеси й явища господарської діяльності.

Розвиток управлінського обліку здійснюється відповідно до вимог ринкових відносин щодо сучасних проблем управління у поєднанні всіх його функцій, кінцевим результатом якого є аналіз інформації для прийняття управлінських рішень.

Дослідженню питань обліку та аналізу витрат та впливу їх на управління господарської діяльності підприємства присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема: А. Апчерч, Ф. Бутинець, М. Болюх, С. Голов, М. Грещак, В. Добровський, Н. Правдюк, В. Сопко та інші. Проте у поглядах дослідників існують розбіжності стосовно вибору методів управління витратами на основі релевантної інформації, що передбачає необхідність подальшого вивчення.

Управлінський облік це своєрідний «фільтр», який після пошуку та обробки

релевантної інформації залишає лише ту, яка може допомогти в прийнятті управлінських рішень. Саме управлінський облік відіграє важливу роль у контролі за витратами й формуванні очікуваного прибутку підприємства. Адже прибуток і рентабельність виробництва в умовах ринку є найважливішими показниками, що характеризують господарську діяльність підприємства.

Релевантними (очікуваними) є майбутні доходи і витрати, що можуть бути змінені внаслідок прийняття рішення. Нерелевантними (безповоротними) витратами і доходами є ті, які не залежать від прийнятого рішення.

Аналіз релевантної інформації сприяє покращенню управлінських рішень, враховуючи специфічні особливості виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг) та проходження інформації через всіх передбачених матеріально-відповідальних осіб [1].

Концепція релевантних витрат і доходів більш наочно представлена на рис. 1.



Рис. 1. Концепція релевантних витрат і доходів

Відтак, релевантна інформація визначається шляхом: накопичення всіх витрат і доходів, що пов'язані з кожною альтернативною моделлю розвитку, враховуючи минулі минулих періодів; включення в розрахунок майбутніх доходів і витрат, що не є диференціальними. У результаті, витрати та доходи, котрі залишилися і є диференціальними, на кшталт такими, що складають різницю між альтернативами. Вони ж є релевантними для прийняття рішення.

Із метою досягнення поставлених цілей керівництву підприємства слід

ухвалювати певні управлінські рішення. Найпоширенішими з-поміж яких: рішення щодо спеціального замовлення; рішення щодо розширення чи скорочення діяльності; рішення стосовно виготовлення напівфабрикатів у власному виробництві чи придбання їх зовні; рішення щодо управління в умовах обмежених ресурсів; рішення стосовно методу визначення ціни продукту (послуги) [2].

У ході аналізу релевантної інформації використовується метод оцінки і визначення дійсних і альтернативних витрат. При цьому альтернативні витрати є релевантними у разі використання обмежених ресурсів. Релевантні витрати і доходи становлять кількісний елемент релевантної інформації, проте в процесі підготовки управлінських рішень слід враховувати якісні фактори.

Необхідно відмітити, що існує низка помилкових концепцій релевантності витрат. Так, одна із них, пов'язана з тим, що всі прямі витрати вважаються релевантними, а накладні – нерелевантні. Однак, на нашу думку, якщо прямі витрати відносяться до минулих (безповоротніх), то вони теж є нерелевантними.

Отже, на основі вищевикладеного зауважимо, що по-перше, прийняття управлінських рішень ґрунтується винятково на оперативній, достовірній та релевантній інформації, яка сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень адекватних вимогам системи управління. Наразі залишається актуальним впровадження управлінського обліку в практичному аспекті вітчизняних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Друри К. Управленческий и производственный учет : Учебник. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 1071 с.

2. Плаксієнко В. Я., Яловега Л. В., Лега О. В., Прийдак Т. Б., Мокієнко Т. В., Канцедал Н. А. *Управлінський облік: навч. посібник для студ. вищих навч. закл.* ; за ред. В. Я. Плаксієнка. Полтава : ПП «Астроя», 2018. 250 с.

*Науковий керівник: Л. В. Яловега, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія*

УДК 657.6

Павловська Тетяна, ЗВО СВО Бакалавр
Спеціальності 071 Облік і оподаткування
Пилипенко Катерина, д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ІНОЗЕМНОЇ ВАЛЮТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: у роботі систематизована інформація щодо особливостей проведення та обліку операцій із використанням іноземної валюти підприємствами України.

Ключові слова: іноземна валюта, валютні операції, курсова різниця, різниця курсів, експорт, імпорт, зовнішньоекономічна діяльність.

Ще з часів Київської Русі наша держава активно задіяна у товарообміні з іншими країнами. І до наших днів експорт та імпорт відіграють важливу роль у економіці України. З метою підтримки власних підприємців, а з іншої точки зору стабілізації макроекономічної ситуації в країні органи влади розробляють нові порядки проведення валютних операцій. Це осучаснення є важливим елементом залучення України до всесвітньо важливих глобалізаційних процесів. Враховуючи сучасний економічний стан країни в операціях з експорту та імпорту товарів логічним є застосування у розрахунках іноземної валюти.

Українська економіка глибоко інтегрована в систему міжнародного поділу праці. Тому її динаміка значною мірою залежить від стану зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Загалом зовнішньоекономічна діяльність справляла визначальний вплив на формування платіжного балансу України [6].

На сьогоднішній день основним нормативно-правовим актом, котрий визначає порядок проведення валютних операцій є Закон України від 21 червня 2018 р. «Про валюту і валютні операції». І хоча деякі аспекти регулюються іншими документами, проте у разі виникнення протиріч, вирішальне значення має саме цей закон, згідно з п. 3 ст. 3 [5].

Останнім часом у законодавстві прослідковується тенденція до послаблення валютних обмежень і, навіть, скасування деяких. Так, раніше обов'язковий,

продаж 50% надходжень в іноземній валюті, був скорочений до 30% з 1 березня 2019 року, згідно з редакцією Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті від 7 лютого 2019 року. А згодом відповідний розділ був повністю виключений з даного Положення у зв'язку зі скасуванням обов'язкового продажу виручки [4].

Таблиця 1

Особливості проведення операцій з іноземною валютою

Вид діяльності	Особливості
Придбання	Здійснюється тільки через банк на валютному ринку. Проводиться банком після подання відповідної заяви в довільній формі. До заяви додаються документи, які підтверджують мету придбання валюти. Проводиться банком за дорученням, відповідно до умов попередньо визначених у договорі між банком та клієнтом.
Продаж	Скасовано обов'язковий продаж валютної виручки у експортерів. Здійснюється банком після подання відповідної заяви в довільній формі, або доручення, на основі попередньо укладеного дооговору. Має бути здійснений банком (для валют першої групи класифікатора валют: євро, долар, фунт стерлінгів і т.д.) протягом 5 банківських робочих днів.
Розрахунки	Розрахунки на території України в іноземній валюті – заборонені. Використання у розрахунках іноземної валюти у готівковій формі – заборонено. Дозволені розрахунки лише за зовнішньоекономічними контрактами.
Терміни	Розрахунки в іноземній валюті за зовнішньоекономічними контрактами мають здійснюватися упродовж року (365 календарних днів). придбана іноземна валюта має бути використана, відповідно до поданої для купівлі заявки, протягом 10 робочих днів.
Оформлення	Форма заяви на купівлю чи продаж валюти визначається обслуговуючим банком, як і обов'язковість подання та види супровідних підтверджуючих документів. Для оформлення розрахунків застосовується платіжне доручення в іноземній валюті.
Перерахунок в гривні	З метою ведення власної звітності підприємство в обов'язковому порядку здійснює перерахунок використовуваної іноземної валюти у гривні. Єдиним можливим курсом для перерахунку є курс Національного банку України. Курси інших обслуговуючих банків застосовуються для розрахунків фінансових результатів від купівлі чи продажу валюти.

*Створено автором на основі джерел: [2, 3, 4, 5]

Проте обов'язковий продаж валютних надходжень може бути знову введений Національним банком України. З метою підвищення стійкості фінансового стану банківської системи України, поліпшення платіжного балансу, як один із можливих заходів захисту національної валюти. Його застосування можливе на строк не більше шести місяців в обсягах передбачених нормативно правовими актами НБУ.

В табл. 1 представлені інші дійсні особливості проведення операцій з

іноземною валютою. Проте вони не дійсні для операцій до 400 тисяч грн, котрі не підпадають під валютний контроль [4], а також імпортно-експортних операцій, що не передбачають фактичного ввезення продукції на територію України, тобто продукція реалізується чи використовується за межами країни [2]. Проте навіть вищеописані винятки можуть підлягати особливому контролю з боку обслуговуючих банків з метою уникнення фінансових махінацій, таких як, наприклад, дроблення однієї операції на кілька, щоб обійти поріг фінансового моніторингу (400 000 грн).

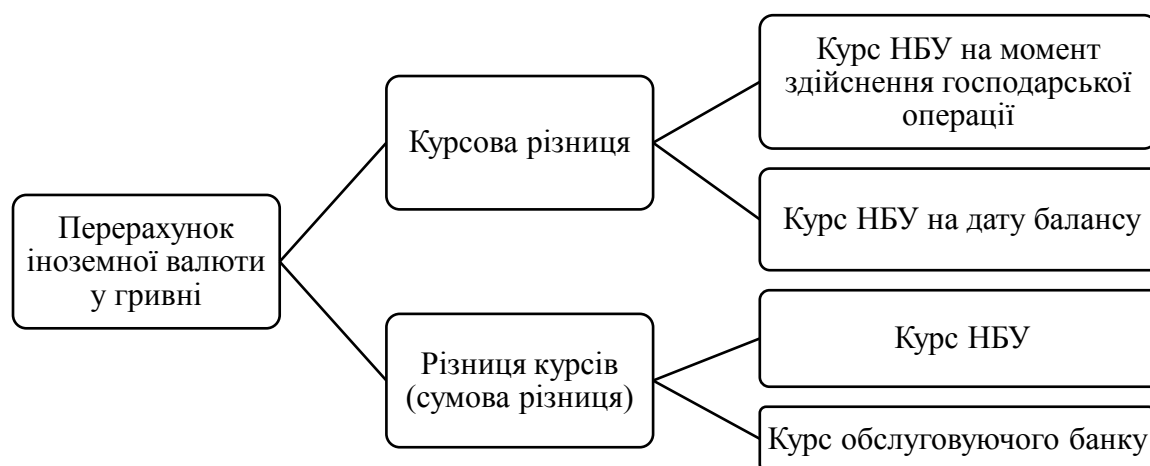


Рис. 1. Перерахунок іноземної валюти у гривні

**Сформовано автором на основі джерела [3]*

Власне бухгалтерський облік операцій з іноземною валютою базується на останній з описаних у табл. 1 особливостей: обов'язковому перерахунку у національну валюту – гривні. При цьому виникають два поняття, які часто плутають, через схожі назви: «курсова різниця» та «різниця курсів» (рис. 1).

Витрати, що виникають унаслідок різниці між двома курсами НБУ відображаються на субрахунках 945 – від операційної курсової різниці та 974 – від неопераційної курсової різниці. А доходи на субрахунках 714 – від операційної курсової різниці чи 744 – від неопераційної курсової різниці. Тобто головну роль відіграє цільовий характер операції [1].

Прибуток отриманий внаслідок різниці курсів або сумової різниці обліковуються на субрахунку 711 «Дохід від купівлі-продажу іноземної валюти», а збиток – 942 «Витрати на купівлю-продаж іноземної валюти» [3].

Отже, незважаючи на спрощення порядку проведення господарських операцій з іноземною валютою, вони залишаються під досить вагомим контролем з боку, як Національного банку України, так і власне обслуговуючих банків. З метою запобігання фінансовим махінаціям, котрі можуть негативно відобразитися і на пересічних підприємцях, і на фінансовому становищі країни загалом.

Список використаних джерел:

1. Іноземна валюта й курсові різниці: загальні правила обліку. *Інтерактивна бухгалтерія*. 2019. № 239. URL: <https://interbuh.com.ua/ua/documents/oneanalytics/93676> (дата звернення: 10.04.2021).

2. Інструкція про порядок валютного нагляду банків за дотриманням резидентами граничних строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів: Постанова Правління Національного банку України від 02.01.2019 № 7. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0007500-19#Text> (дата звернення: 10.04.2021).

3. Онищенко В. Облік валютних операцій на підприємстві 2020. *Головбух*. 2020. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7131-rozrahunki-v-nozemny-valyut> (дата звернення: 10.04.2021).

4. Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті: Постанова Правління Національного банку України від 02.01.2019 № 5. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0005500-19/ed20210205#Text> (дата звернення: 10.04.2021).

5. Про валюту і валютні операції: Закон України від 28.04.2020 № 2473-VIII. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19/ed20200428#Text> (дата звернення: 10.04.2021).

6. Пилипенко К. А. Адміністративні обмеження експортних та імпорتنих операцій в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 17. С. 860-864. URL: <http://global-natijnal.in.ua/issue-17-2017>.

УДК 657.446

Пашинний А.В., ЗВО першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування»,
Пристемський О.С., д.е.н., доцент,
професор кафедри обліку і оподаткування
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З БЮДЖЕТОМ

Анотація: розглянуто основні аспекти організації обліку розрахунків з бюджетом. Наведено переваги та недоліки впровадження інформаційних технологій щодо обліку податкових розрахунків. Визначено особливості обліку розрахунків з бюджетом має свої особливості.

Ключові слова: бюджет, платежі, податкове зобов'язання, комп'ютерні технології, автоматизація обліку, розрахунки з бюджетом.

На сучасному етапі бюджетна політика представляє собою систему заходів держави, що спрямовуються на зміцнення доходної частини, посилення цільового спрямування видатків, а також на покращення умов макроекономічної стабілізації. Підприємства, разом з державою, виступають суб'єктами системи грошових відносин, що формують державний бюджет. Саме такі відносини відображаються в реєстрах та первинних документах підприємств і становлять облік розрахунків з бюджетом.

Кожний суб'єкт господарювання, як фізична, так і юридична особа, що ведуть економічну діяльність, мають певні зобов'язання перед державою, що виражається у формі податків. Це, як правило, грошові стягнення, що надходять у загальний та місцеві бюджети від приватних осіб або колективних утворень. «При організації обліку розрахунків з бюджетом та позабюджетними фондами треба враховувати перш за все, що він повинен забезпечити контроль за правильним нарахуванням та вчасною сплатою податків і зборів з метою уникнення сплати штрафів за невчасне і неповне здійснення належних платежів» [1].

У бухгалтерському обліку для відображення інформації про розрахунки

підприємства за різними платежами до бюджету використовують рахунок 64 «Розрахунки за податками й платежами». По дебету відображається нарахування відповідних стягнень (утворення заборгованості), а по кредиту – їх погашення чи списання. На субрахунку №641 «Розрахунки за податками» ведеться облік податків, які нараховуються та виплачуються згідно з чинним законодавством України, наприклад, податок на прибуток чи податок на додану вартість. Субрахунок №642 «Розрахунки за обов'язковими платежами» передбачає ведення обліку розрахунків за зборами відповідно до чинного законодавства України (крім тих, що обліковуються на рахунку №65 «Розрахунки за страхуванням»). На субрахунку № 643 «Податкові зобов'язання» ведеться облік суми податку на додану вартість, яка визначена, виходячи із суми одержаних авансів (попередньої оплати) за товари, роботи, послуги, що підлягають відвантаженню (виконанню). На субрахунку №644 «Податковий кредит» обліковуються суми податку на додану вартість, на які підприємство має право зменшити податкове зобов'язання перед державою. При цьому субрахунки №643 і №644 вважаються допоміжними.

Аналітичний облік на рахунку №64 «Розрахунки за податками й платежами» здійснюють за видами податків та зборів. Завдяки цьому можна перевіряти правильність розрахунків за кожним видом платежу. «Основними податковими платежами підприємств є: податок на додану вартість, податок з прибутку, акцизний збір, прибутковий податок з доходів громадян, податок на землю, з власників транспортних засобів, комунальний податок та деякі інші. Основне місце в податковій системі належить податку на додану вартість (ПДВ). Податковий кредит оплачується постачальникам матеріалів, послуг та іншим кредиторам і зменшує величину зобов'язання перед бюджетом. Податкове зобов'язання - це загальна сума податку, що нараховується до бюджету і сплачується підприємству покупцями за відвантажену готову продукцію і замовниками за виконані роботи. Таким чином до бюджету сплачується різниця в сумі податкового зобов'язання та податкового кредиту» [2].

Для спрощення ведення обліку підприємства використовують комп'ютерні технології. Це надає наступні переваги: - підвищення оперативності бухгалтерського обліку; - зменшення ризиків виникнення помилок; - доступ до інформації через мережу Інтернет; - оптимізація оподаткування. Щоб використовувати сучасні інформаційні технології в обліку розрахунків з бюджетом, необхідні належна технічна база, відповідні знання та навички користування такими технологіями.

Варто зазначити, що вартість впровадження автоматизації облікового процесу досить висока, тому кожне підприємство саме обирає доцільність такого рішення. Важливим є забезпечення захисту облікових баз даних підприємства, що покладається на відповідні підрозділи органів фіскальної служби [3].

Таким чином, бухгалтерський облік розрахунків з бюджетом має свої особливості. Це, зокрема, трирівнева система обліку податків, впровадження її автоматизації та відповідне функціональне забезпечення. Така система поділяється на наступні підсистеми: обліку, контролю та аналізу. Саме ці складові забезпечують правильну організацію та ведення бухгалтерського обліку на будь-якому підприємстві, підвищують інформативність облікової системи для прийняття більш ефективних економічних рішень.

Список використаних джерел:

1. Садовська І.Б., Божидарнік Т.В., Нагірська К.Є. Бухгалтерський облік: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 688 с.
2. Бухгалтерський облік: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Л. Г. Ловінська, Л. В. Жилкіна, О. М. Голенко та ін. К.: КНЕУ, 2002. 370 с.
3. Пристемський О.С., Домарацький В. Проблеми використання програмного забезпечення для ведення обліку. I Міжнародна наукова конференція з міждисциплінарних досліджень, 19 – 21 січня 2021 р., Берлін, Німеччина. С. 276-278. URL:<http://dspace.ksau.kherson.ua/handle/123456789/5751>

УДК 657.6

Катерина Пилипенко, д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Ірина Литвиненко, здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальності 071 Облік і оподаткування
Полтавського державного аграрного університету
(м. Полтава, Україна)

РЕВІЗІЙНИЙ ПРОЦЕС, УЧАСНИКИ ТА ПОРЯДОК ПЛАНУВАННЯ

Анотація: Досліджено етапи планування ревізії та порядок її здійснення на підставі Закону України “Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні”, та учасники даного процесу.

Ключові слова: Контрольно-ревізійний процес; контрольно-ревізійна служба, ревізор, ревізія.

В сучасних умовах ринкової економіки роль контрольно-ревізійної роботи значно зростає, оскільки боротьба з економічною злочинністю неможлива без участі професійно і компетентно підготовлених фахівців.

Всі члени економічних відносин потребують достовірної облікової і звітної інформації про діяльність суб'єктів підприємницької діяльності з різними формами власності (державних, приватних, комунальних та інших підприємств, асоціацій, концернів, акціонерних і спільних товариств тощо). Об'єктивна обліково-аналітична інформація дає можливість перевірити відповідність діяльності підприємств чинним законодавчим та іншим нормативно-правовим актам, які її регулюють.

Сучасний етап функціонування економіки вимагає нового підходу до управління підприємством, а також розробка такої бізнес-стратегії, яка б дозволила суб'єктам зберегти конкурентні переваги на тривалий термін. Важливо забезпечити стабільне та високоефективне функціонування підприємства в сучасних умовах, разом із формуванням високого потенціалу для його розвитку та зростання в майбутньому, це повинно бути забезпечена економічною безпекою [3].

Ревізія – один із способів економічного контролю, його складова частина, в основу цього способу контролю покладено перегляд – контрольне дослідження

здійснених господарських операцій з метою виявлення дотримання їх законності, достовірності та економічної доцільності, тобто ревізія є способом наступного контролю, яка здійснюється переважно на підставі документальних джерел.

Контрольно-ревізійний процес – це комплекс заходів та способів, які використовуються під час ревізії і направлені на планування, організацію та проведення контрольних заходів законності.

Першочергово необхідно розробити План ревізії – документ, що містить перелік контрольних - ревізійних робіт, дати початку ревізії і закінчення, об'єкти ревізій, способи її проведення. Ми хочемо розглянути ревізію яку проводить контроль-ревізійна служба.

Нормативно планування контроль-ревізійної діяльності базується на Законі України «Про державну контроль-ревізійну службу в Україні», відповідно до якого органи державної ревізійної служби проводять ревізії та перевірки за своєю ініціативою не частіше 1 разу на рік. Як правило, між черговими ревізіями чи перевітками має пройти не менше ніж 3 місяці [2].

Закон України “Про державну контроль-ревізійну службу в Україні” визначено, що за ініціативою державної контроль-ревізійної служби ревізія або перевірка підприємства, установи, організації може проводитися не частіше одного разу на рік. Ревізію або перевірку за дорученням правоохоронних органів може бути проведено у будь-який час [1].

Суб'єкт контроль-ревізійної діяльності – ревізор, контролер, аудитор, кожен з них незалежно від виду своєї професійної діяльності наділений відповідними повноваженнями для проведення контролю господарюючого суб'єкту.

Учасники ревізії – це особи або групи осіб, які є учасниками контроль-ревізійного процесу. Ефективне проведення ревізій і перевірок залежить від правильності і порядку здійснення контроль-ревізійних дій, які наведені в наступній схемі (рис. 1).

На першому підготовчому етапі за 3-5 днів до проведення ревізії керівник контрольно-ревізійного органу видає наказ про її проведення. На даному етапі розробляється програма ревізії, у якій вказується період проведення ревізії, її мета та основні питання, на які потрібно буде звернути увагу. Після цього складається план ревізії, готується наказ про її проведення та відбувається службова нарада з повним складом ревізійної групи.

Процес підготовки проведе ревізійна група не більше ніж за 2 дні. У перший день відбувається ознайомлення з особливостями виробничої і фінансово-господарської діяльності підприємства, а у другий вивчаються нормативні документи та проводиться інструктаж.

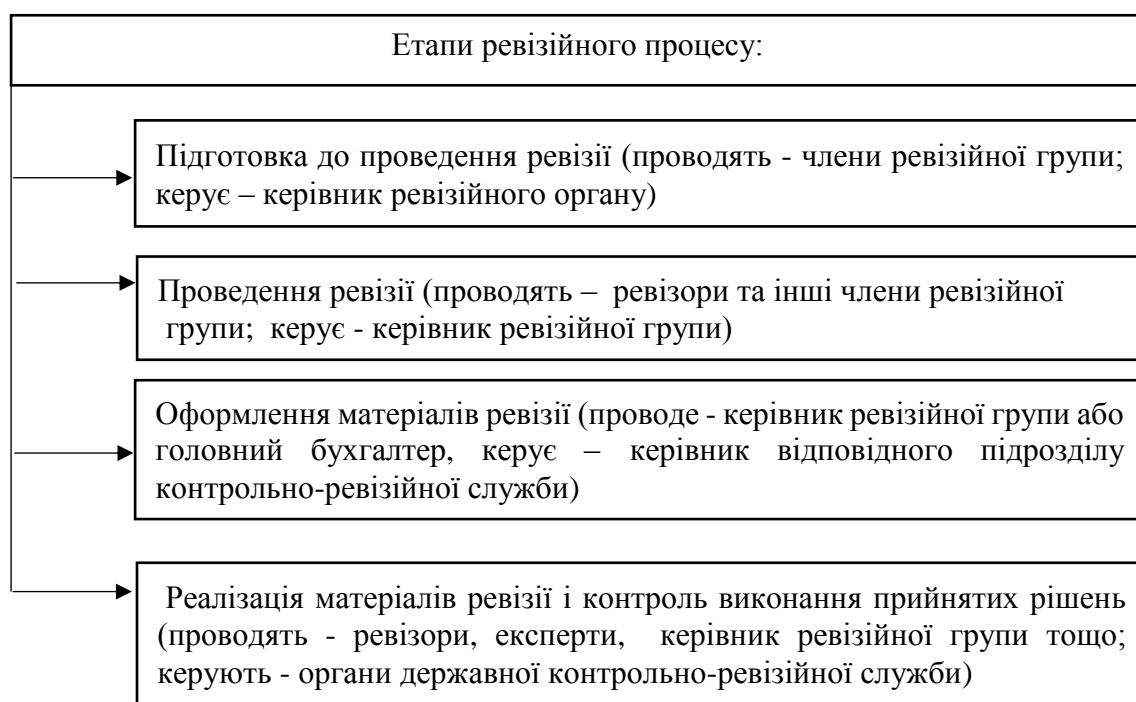


Рис. 1. Етапи проведення ревізії

Другим етапом є проведення ревізії, він починається з прибуття ревізійної групи на ревізоване підприємство чи в організацію, пред'явлення повноважень на здійснення ревізії. Керівник ревізійної групи представляє всіх її членів, уточнює і конкретизує мету, завдання, що передбачені програмою даної ревізії. У свою чергу керівник підприємства повинен ознайомити ревізорів з керівниками структурних підрозділів.

Після проведення підготовчої організаційної роботи на ревізованому підприємстві члени ревізійної групи розпочинають фактичну перевірку підприємства, яка відбувається в присутності матеріальновідповідальних або незацікавлених осіб.

Для фіксування матеріалів проведеного контролю кожний ревізор повинен вести журнал ревізії. В такому журналі реєструються факти помічених недоліків та порушень. В кінці проведення ревізії вся отримана інформація з журналу ревізора класифікується за однорідністю порушень та на їх основі складаються довідки, групувальні відомості, розрахунки як додатки до акта ревізії за ревізований період.

Розрізняють основний і проміжний акт ревізії. Основний акт ревізії – це документ, в якому в підсумковому вигляді закріплюються виявлені порушення та недоліки під час ревізії. Проміжний акт створюється для фіксування окремих виявлених порушень. В кінці безпосередньо проведення перевірки члени ревізійної групи передають розділи акта ревізії керівнику ревізійної групи.

Оформлення матеріалів виступає завершальним етапом в безпосередньому проведенні ревізії. На третьому етапі керівник ревізійної групи вивчає подані йому розділи акта ревізії, перевіряє повноту виконання програми, планів проведення та їх якість, у разі потреби встановлює додаткові перевірки для уточнення висновків щодо порушень та недоліків. Після цього керівник формує загальний акт ревізії - документ про результати ревізії фінансово-господарської діяльності ревізованого підприємства.

Матеріали ревізії керівник ревізійної групи передає керівникові відповідного підрозділу контрольно-ревізійної служби для розгляду і приймання. На останній сторінці акта ревізії керівник контрольно-ревізійного відділу робить запис: «Акт ревізії прийнято» та ставить дату і підпис. Якщо ревізія була проведена неякісно, то призначається повторна ревізія або лише додаткова перевірка.

Четвертим етапом ревізії є реалізація матеріалів ревізії і контроль за

виконання прийнятих рішень, це остання і завершальна стадія всього ревізійного процесу. У міру виявлення зловживань, суттєвих порушень та недоліків у діяльності підприємства або організації відбувається реалізація матеріалів ревізії, не чекаючи закінчення ревізії.

Якщо на об'єкті, що ревізується виявлені значні порушення фінансової дисципліни, кража грошей і матеріальних цінностей, та інших недопустимих обставин, то в такому випадку матеріали ревізії передаються правоохоронним органам. Крім того розглядається питання звільнення з посад винних осіб.

Органи Державної контрольно-ревізійної служби здійснюють контроль усунення виявлених недоліків і порушень за виконанням своїх вимог, відшкодуванням збитків у вигляді письмової інформації ревізованих підприємств і організацій з наступною перевіркою на місці достовірності поданих відомостей [1]. У разі невиконання їх у встановлені терміни застосовуються додаткові заходи впливу залежно від суті порушень. Результативність заходів з реалізації наслідків ревізії характеризується ефективністю проведення контролю.

В результаті проведеної ревізії проводяться збори колективу підприємства та видається наказ на підприємстві. За результатами ревізії відбувається контроль за виконання прийнятих рішень шляхом одержання інформації від підприємства, що перевірялось.

Отже, на сучасному етапі розвитку ринкової економіки роль контрольно-ревізійної діяльності є актуальною завжди, бо лише об'єктивна обліково-аналітична інформація про діяльність суб'єктів господарювання дозволяє зробити перевірку діяльності підприємств відповідно до чинного законодавства та інших нормативно-правових актів, що її регулюють.

Список використаних джерел:

1. Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні : Закон України від 26.01.1993 р. № 13. URL: <https://buhgalter911.com/uk/normativnaya-baza/proekty/pro-derghavnu-kontrolyno-reviziyu-800359.html> (дата звернення 07.

04. 2021).

2. Про затвердження Інструкції про порядок проведення ревізій і перевірок державною контрольно-ревізійною службою в Україні : Наказ від 27.02.2006 р. № 67. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0906-99#Text> (дата звернення 06.04.2021).

3. Pylypenko, K.A.; Babiy, I.V.; Volkova, N.V.; Lev K. Feofanov, L.K.; Kashchena, N.B. 2019. Structuring economic security of the organization, *Journal of Security and Sustainability Issues* 9(1): 27-38. [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(3\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(3))

УДК 657.6

Пилипенко Катерина, д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Махно Сергій, здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
спеціальності 071 Облік та оподаткування
Полтавський державний аграрний університет
(м. Полтава, Україна)

ПЕРВИННИЙ ОБЛІК ТА ВИЗНАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ У ФЕРМЕРА

Анотація: Сільське господарство – специфічна форма господарювання, де діють свої правила ведення бухгалтерського обліку. Ведення обліку повинно відповідати вимогам П(С)БО та іншим законодавчим актам. Фермерські господарства обирають на свій розсуд форму ведення обліку, від якої залежить порядок ведення та визнання продукції та фінансового результату. Результатом діяльності господарства виступає сільськогосподарська продукція - активи, відокремлені від біологічних активів для продажу, переробки або внутрішнього споживання.

Ключові слова: біологічні активи, бухгалтерський облік, фермерські господарства, сільськогосподарська продукція, форма обліку, дохід (витрати).

Однією з пріоритетних функцій держави є створення сприятливого економічного середовища у сільському господарстві. Сільське господарство відіграє важливу роль у розвитку економіки України і перш за все, у забезпеченні населення продуктами харчування. Сільське господарство є особливою сферою виробничої діяльності, оскільки в процесі виготовлення готової продукції, поряд з фінансовими, матеріально-технічними та трудовими ресурсами, використовуються ще й природні ресурси: земля та живі організми. Порядок обліку і аналізу наявності та руху таких ресурсів досить складний, адже вони постійно змінюються - рослини проходять певні фази розвитку, тварини набирають вагу, набувають вікової зрілості і т. ін. Процес якісних і кількісних змін таких активів отримав назву біологічних перетворень [3].

Господарства, які відповідають статусу малого бізнесу, можуть використовувати спрощену форму бухгалтерського обліку, використовуючи план рахунків малого бізнесу. Спрощений План рахунків дозволяє визначати

собівартість продукції та вести її бухгалтерський облік [5].

Сільське господарство є особливою формою організації та управління у сільській місцевості, а його господарська діяльність та бухгалтерський облік регулюються спеціальними правилами. Крім того, фермерські господарства повинні дотримуватися загальних норм у галузі бухгалтерського обліку. Тому в процесі організації фермерських господарств та ведення бухгалтерії існує проблема, яка полягає у одночасному дотриманні вимог загальних нормативних актів та спеціальних нормативних актів. Отже, фермерські господарства повинні відповідати вимогам Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 30 «Біологічні активи», згідно якого однією зі складових фінансового результату від основної діяльності є результат від первісного визнання сільгосппродукції та додаткових біологічних активів [6].

Сільськогосподарська продукція - активи, відокремлені від біологічних активів для продажу, переробки або внутрішнього споживання. Згідно п.12 П(С)БО 30 визначається, що сільськогосподарська продукція на момент первісного визнання оцінюється за справедливою вартістю за мінусом вартості продажу або собівартості.

Згідно з П(С)БО у п.18, дохід (витрати) від первісного визнання сільськогосподарської продукції, отриманої внаслідок сільськогосподарської діяльності протягом звітного періоду (календарного року), визначається як різниця між вартістю сільськогосподарської продукції і вимірюється за справедливою вартістю і віднімається очікувана вартість на момент продажу та вартість, пов'язана з біологічними перетвореннями. Ці доходи (витрати) були включені до складу інших операційних доходів (витрат).

Відповідно до рис. 1 порівнюючи дані зазначених ділянок обліку, фермерське господарство зможе визначити результат первісного визнання сільськогосподарської продукції.

Разом з тим Методичними рекомендаціями з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах.

передбачається використання чотирьох форм обліку залежно від розмірів фермерського господарства. Ми проаналізували можливість обліку сільськогосподарської продукції та її виробничих витрат, і порівняли результати цих даних - відповідно до форми бухгалтерського обліку, що використовується у господарстві, ми визначили доходи або витрати від первісного визнання сільськогосподарської продукції [2].

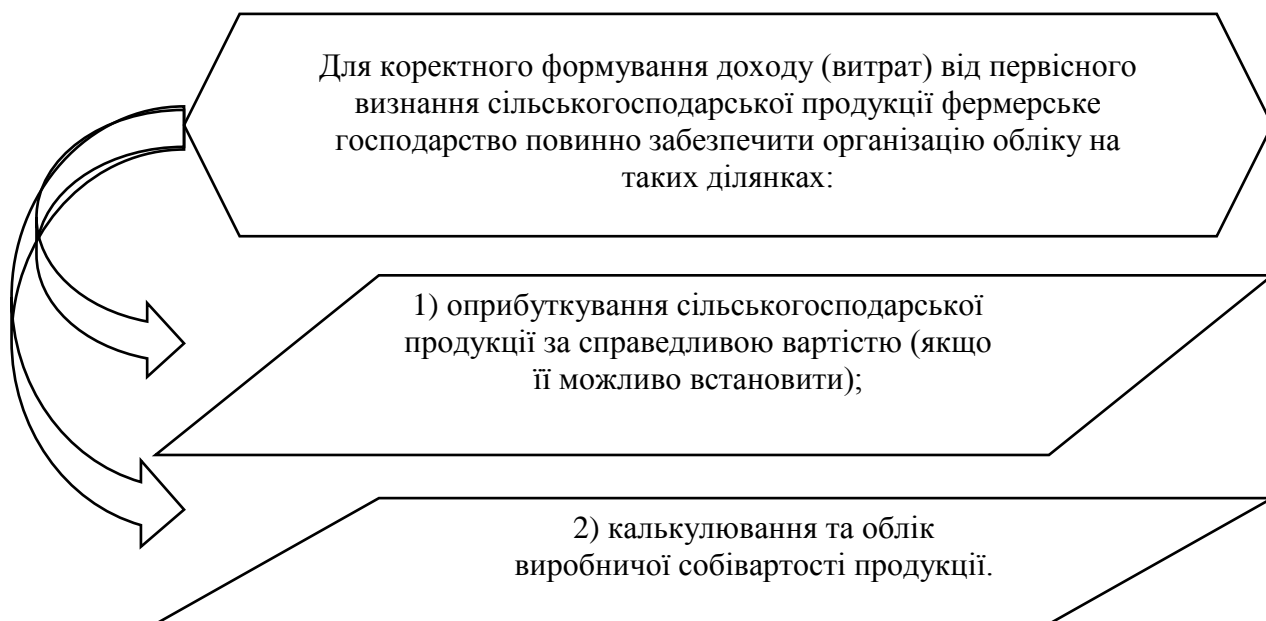


Рис. 1. Вимоги для формування доходу від первісного визнання

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» всі господарюючі суб'єкти зобов'язані вести бухгалтерський облік. Відповідно до Положення №88 - всі господарські операції повинні бути документально оформленні та підтверджені, що дає змогу здійснювати в подальшому аналіз та контроль за діяльністю з метою отримання найвищого рівня прибутку та задоволення потреб [1, 4].

Таблиця 1.

Основні форми первинних документів для фермера з обліку зерна

№ з/н	Первинний документ	Назва документа	Коли складається
1	Відправлення продукції з поля на тік та інші місця зберігання	Талон комбайнера (сельхозучет, форма №77в), талон шофера (сельхозучет, форма № 77б)	Під час відправлення зерна з поля

2		Путівка на вивезення продукції з поля (сельхозучет, форма № 77а)	
3		Реєстр відправлення зерна та іншої продукції з поля (сельхозучет, форма № 77)	
4	Зважування господарстві	в Реєстр приймання зерна вагарем (сельхозучет, форма № 78а)	Після зважування машини
5		Реєстр приймання зерна від шофера (сельхозучет, форма № 71а)	(трактора) з вантажем
6	Приймання зерна і насіння на тік	Відомість руху зерна та іншої продукції (сельхозучет, форма № 80)	Щодня (у кінці робочого дня)
7	Сортування і сушіння зерна	Акт на сортування і сушіння продукції рослинництва (сельхозучет, форма № 82)	Після закінчення процесу доопрацювання
8	Приймання зерна і насіння на склад	Книга складського обліку (сільгоспоблік, форма № ВЗСГ-10)	Щодня (у кінці робочого дня)
9	Переміщення зерна	Накладна (внутрігосподарського призначення) (сільгоспоблік, форма № ВЗСГ-8)	У міру переміщення зерна
10	Оприбуткування соломи	Акт приймання грубих і соковитих кормів (сельхозучет, форма № 92)	Відразу після обмірів і розрахунків

Для фермерських господарств без найманих працівників, коли використовується проста форма бухгалтерського обліку, можливо застосовувати Книгу обліку доходів і витрат. В ній не передбачається облік готової продукції; вартість обчислюється за елементами, тому собівартість продукції неможливо визначити. Якщо у господарстві вже працює близько 10 працівників, заробляє до 500 тис. грн. на рік то доцільно використовувати спрощену форму бухгалтерського обліку з умовними рахунками. При цьому заповнюється Журнал реєстрації господарських операцій [7].

Отже, на основі результатів досліджень можна визначити, що якщо бухгалтерський облік ведеться відповідно до норм організації та ведення бухгалтерського обліку, деякі фермерські господарства не можуть відповідати вимогам П(С)БО 30. Спочатку підтвердити умови доходу (витрат), що генеруються сільськогосподарською продукцією. Отже, існує потреба в подальшому вдосконаленні бухгалтерського реєстру найменшого господарства, зберігаючи при цьому його простоту та доступність для

заповнення відповідальною особою господарства або членами родини бухгалтера.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.999 р. № 996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 03.04.2021 р.).
2. Методичні рекомендації з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах : Наказ Міністерства аграрної політики, від 02.07.2001 р. № 189. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0189555-01#Text> (дата звернення 03.04.2021 р.).
3. Пилипенко К. А., Бендас Ю. С., Арутюнова О. А. Оцінка та визнання довгострокових біологічних активів у вітчизняній та міжнародній практиці. Агросвіт. 2019. № 12. С. 53–59. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.12.53
4. Про затвердження Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку : Наказ Міністерства фінансів України від 24.05.1995 р. № 88 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#Text> (дата звернення 03.04.2021 р.).
5. Про затвердження спрощеного Плану рахунків бухгалтерського обліку: Наказ Міністерства фінансів України від 19.04.2001 р. № 186. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0389-01#Text> (дата звернення 03.04.2021 р.).
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text> (дата звернення 03.04.2021 р.).
7. Сокіл О. Г. Нормативно-регуляторні аспекти сучасного обліку сільськогосподарських підприємств. *Економічні науки*, 2012. № 4. С. 108–114.

УДК 657.6

О. Пономаренко, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ПІДХОДИ ДО ГЕНЕРАЦІЇ ЕЛЕМЕНТІВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Анотація: У статті актуалізується арсенал методів наукового дослідження фінансових результатів як об'єкта обліку. Виокремлено проблематику обмеженості розкриття інформації щодо фінансових результатів у обліковій політиці діючих суб'єктів господарювання та окреслено шляхи подолання означеного інформаційного дефіциту.

Ключові слова: фінансовий результат, облік прибутку, облікова політика, методика обліку, організація обліку.

Не заважаючи на вагомий науковий доробок вітчизняних та зарубіжних вчених з питань побудови системи облікового забезпечення фінансових результатів, цей об'єкт продовжує залишатися у фокусі наукового пошуку, оскільки проблеми максимізації показників результатів діяльності підприємств, особливо в аграрному секторі економіки України, та повноцінного їх обліку ще не вирішені [1-5].

Ключовим моментом проведення науково значимого дослідження облікового забезпечення фінансових результатів є обґрунтований вибір методів для досягнення цілі за кожним тематичним кейсом.

Різні етапи дослідження потребують відмінного методичного арсеналу: діалектичний метод пізнання та теоретичного узагальнення доцільно обрати для комплексного дослідження питань формування та змін сум фінансових результатів у розрізі видів діяльності; групування та статистичних порівнянь – для комплексного оцінювання показників фінансового стану досліджуваного підприємства; аналізу і синтезу – для узагальнення інформації щодо сум фінансових результатів та засад розкриття інформації про них у звітності; абстрактно-логічний – для теоретичного узагальнення сутності та змісту

процесів формування фінансових результатів діяльності та розкриття інформації у звітності підприємств сервісу і формулювання висновків; індукції та дедукції – для уточнення понять видів груп класифікації фінансових результатів за видами; графічний і табличний – для наочного відображення результатів дослідження; абстрактно-логічний – для формування мети й завдань дослідження; комплексно-системний підхід – для вивчення положень національного законодавства та нормативів щодо обліку фінансових результатів діяльності.

Представники вітчизняної наукової спільноти, проводячи дослідження організації обліку фінансових результатів діяльності бізнес-суб'єктів з'ясували, що основною причиною практичних помилок в обліку фінансових результатів є недосконала облікова політика.

Правильність обліку результатів діяльності підприємств та контроль за його веденням забезпечується основною мірою оформленням Наказу про облікову політику, що неодмінно має містити розділ про облік доходів й витрат, в якому зазначаються основні принципи організації обліку доходів і витрат в розрізі видів діяльності.

Обмеженість розкриття положень щодо облікової політики посилюється, зважаючи на потребу крім безпосереднього розкриття інформації щодо доходів і витрат висвітлювати інші суттєві для визначення фінансових результатів об'єкти обліку.

Наприклад, вибір методу оцінки вибуття виробничих запасів сільськогосподарської та готової продукції, товарів формує більше чи менше значення суми по статті «Матеріальні витрати», що формує показник собівартості реалізованої продукції на рахунку 90. Тому, цей елемент теж слід відносити до тих, що впливають на визначення й облік фінансових результатів і потребують розкриття.

Витратну частину у процесі розрахунку фінансових результатів теж можна врегульовувати обираючи і документально фіксуючи прояви амортизаційної

політики: амортизація основних засобів, інших необоротних матеріальних активів; нематеріальних активів; біологічних активів.

Міру зменшення показника фінансових результатів визначають також обрані у обліковій політиці підходи до розрахунку резервів: резерву сумнівних боргів, резервів забезпечення майбутніх витрат і платежів.

Зміни показника доходів у розрахунку фінансових результатів визначаються вибором підходу до оцінки ступеня завершеності операцій з надання послуг, ступеня завершеності виконання будівельних контрактів, моменту визнання доходів у розрізі видів діяльності та доходів майбутніх періодів.

Крім цього, в основу елементів облікової політики щодо фінансових результатів мають бути покладені просто процитовані з відповідного стандарту елементи методу бухгалтерського обліку [6], а класифікаційні ознаки доходів й витрат як для потреб зовнішніх користувачів, так і потреб управління підприємством, з урахуванням нормативних вимог, та вибір альтернативних варіантів при дії факторів на діяльність підприємства [2, 3, 4].

До питань облікової політики підприємства щодо доходів доречно віднести також періодичність віднесення доходів на фінансові результати (найбільш вдалим є варіанти з помісячним і поквартальним віднесенням).

Крім того висвітлення й документальної фіксації також потребують підходи до використання прибутку. Управління процесом визначення фінансових результатів можна розглядати через призму фінансового менеджменту. Потреби в інформації менеджерів не обмежуються оперативною, аналітичною інформацією, використовується також і не фінансова інформація. Керівників різних рівнів не найбільшою мірою цікавлять результати минулих періодів, а більше способи досягнення найкращих результатів діяльності бізнес-структури в майбутньому. Цьому може сприяти також введення окремих синтетичних рахунків обліку доходів: наприклад, «Доходи для потреб управління» чи «Доходи у податкових розрахунках» для платників податків на загальній

системі.

Список використаних джерел:

1. Андросова О. Ф., Губарь А. О. Особливості методики і організації обліку фінансових результатів. *Ефективна економіка*. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=515> (дата звернення 01.11.2020).
2. Беренда Н. І., Потапенко Т. М. Облік доходів : питання облікової політики підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 2 (141). С. 111-114.
3. Брик Г., Ціцька Н., Поверляк Т. Витрати, доходи і фінансові результати як об'єкти облікової політики підприємства. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК*. 2018. № 25. С. 70-74.
4. Волошан І. Г. Методична складова організації обліку фінансових результатів діяльності підприємства. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2014. Вип. 46. С. 152-157.
5. Знамеровська Т. М., Халевицька Т. Г. Фінансові результати діяльності: сутність, порядок формування та відображення в обліку. *Аграрний вісник Причорномор'я. Економічні науки*. 2014. Вип. 75. С. 39-46.
6. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 15 «Дохід». Наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290. Дата оновлення: 09.08.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0860-99> (дата звернення 07.04.2021 р.).

УДК 331.10.45:654.15

О.В. Пошивалова, к.фіз.-мат., доцент
доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Анотація: Розглянуто особливості соціальної політики як об'єкта статистичного оцінювання. Визначено обов'язкові критерії якості статистичних даних. Доведено необхідність багаторівневого аналізу соціально-економічного розвитку регіонів України.

Ключові слова: соціальна політика, соціальна сфера, критерій якості, статистичне оцінювання, людський капітал

Соціальну сферу можна назвати однією з основних підсистем економіки. Стан її галузей відбивається на кожній людині, визначає якість життя – формує так званій «людський капітал». Велике значення у формуванні людського капіталу відіграє відтворення трудових ресурсів.

Одним з основних факторів впливу на умови життя людей є соціальна сфера, тому на сьогодні питання аналізу структури та статистики витрат і доходів соціальної сфери вельми актуальним [1].

Значна частина аналітиків визначає, що забезпечення добробуту населення полягає саме в сприянні розвитку соціальної сфери загалом, так і в модифікації обраної і функціонуючої моделі соціальної політики. Так, в Україні серед основних та актуальних проблем в даній області можна відокремити еміграцію населення, а саме відтік професійних та освічених кадрів за кордон, що, як наслідок, країна стикається з недостатністю кваліфікованої робочої сили. З цим пов'язана також проблема забезпечення пенсійних виплат, як наслідок, маємо неефективну роботу як пенсійного фонду, так і існуючої пенсійної системи в цілому [2].

Для проведення дослідження будь-якої сфери, перш за все необхідно визначити її тлумачення та її основних показників. Соціальна сфера - це сукупність галузей та їх критерії, що визначають умови та рівень життя

населення країни, а саме: матеріальне, духовне та культурне становище людей. Розвиток соціальної сфери забезпечується розвитком таких її компонент: освіти, культури, охорони здоров'я, соціального забезпечення, комунальних послуг, пасажирського транспорту, зв'язку тощо.

Для ефективного функціонування соціальної сфери її галузева структура має принципове значення, оскільки передбачає віднесення всіх складових суб'єктів господарювання, в один із її секторів: державний, комерційний та некомерційний.

Вивчаючи галузеву структуру соціальної сфери, можна побачити, що в таких сферах, як освіта, соціальне забезпечення, охорона здоров'я, культура переважають державні установи, в сфері громадського харчування та частково у спорті більшість компаній працюють у комерційному секторі, а більшість некомерційних організацій орієнтовані на соціальне забезпечення, культуру та освіту.

Слід зазначити, що специфікою функціонування соціальної сфери є виробництво, розподіл та надання споживачам соціальних послуг [3].

Критерієм ефективності соціальної політики, безумовно, є наявність для її розробки якісної статистичної інформації. При цьому якість статистичних даних, згідно зі схваленими Євростатом положеннями, має відповідати таким обов'язковим критеріям, як: достовірність, точність і надійність, своєчасність і пунктуальність, доступність і ясність; порівнянність, послідовність і повнота. Саме така соціальна статистика повинна бути необхідним елементом інформаційної системи демократичного суспільства, яка забезпечує державну владу, економіку і суспільство адекватною соціальною інформацією.

Дослідження соціальної сфери, зокрема вивчення значень та структури показників, що її характеризують, дозволить зробити певні прогнози та оцінити динаміку та перспективи розвитку країни. За допомогою здійсненого статистичного аналізу соціальних показників можна зробити висновки щодо існуючих проблем та визначити недоліки функціонуючої системи. Здійснення

детального аналізу за областями країни дозволить визначити лідируючі та економічно активні області.

Необхідність багаторівневого аналізу соціально-економічного розвитку регіонів України пояснюється тим, що останнім часом в країні відбувається делегування ряду завдань державного управління на регіональні рівні. Регулювання і вдосконалення місцевого самоврядування змушують об'єктивно підходити до питання оцінки соціально-економічної ситуації на мезорівні економіки.

Список використаних джерел:

1. Arnaboldi M., Busco C., Cuganesan S. Accounting, accountability, social media and big data: revolution or hype?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 2017. 30(4). pp. 762–776.

2. Смирнов, С. О. Касян, С. Я. Накашидзе, Л. В. Гільорме Т. В. Маркетингове просування технологій використання альтернативних джерел енергії в Україні : монографія. Дніпропетровськ : ЛІРА, 2015. 186 с.

3. Пошивалова О. В. Статистичне моделювання економічної безпеки соціально-економічної системи. *Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку України*: колективна монографія / за ред. Столярова В.Ф, Фролової Г.І. К.: Талком. 2020. С. 39–52.

УДК 657.2:005.936

О. Прокопишин, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
(м. Львів, Україна)

КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФОРМУВАННЯ ФОНДІВ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСББ

Анотація: Висвітлено особливості організації бухгалтерського обліку в ОСББ, в першу чергу, в частині облікової політики та формування фондів основної діяльності ОСББ. Сучасне бачення проблем ОСББ дає можливість раціонально організувати їх діяльність.

Ключові слова: облік, об'єднання, співвласники, багатоквартирний будинок, фонди, діяльність.

Для здійснення своїх повноважень співвласники багатоквартирного будинку можуть створити юридичну особу – об'єднання співвласників багатоквартирного будинку (ОСББ).

Останніми роками спостерігається стійкій приріст кількості створених об'єднань співвласників багатоквартирних будинків, що у цілому відповідає зусиллям держави стосовно зміни застарілих підходів в управлінні житлово-комунальним господарством. За даними Державної служби статистики України станом на 1 травня 2020 року вже обліковується 33373 ОСББ, що складає 2,4 % від усіх юридичних осіб [1, с. 38].

Об'єднання співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ) – це неприбуткові організації, що об'єднують власників нерухомого майна з метою управління та забезпечення його експлуатації, володіння користування та розпорядження ним.

Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку – це в першу чергу юридична особа, яка зобов'язана вести бухгалтерський облік згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» і чинними П(С)БО. Його метою є надання співвласникам та контролюючим інстанціям вичерпної інформації про отримані кошти, джерела їх надходження, та

витрачання за звітний період [2; 3; 4, с. 9-10].

Також бухгалтерія ОСББ включає дані про стан активів, капіталу і виконання зобов'язань. Для ОСББ, не передбачено жодних спеціальних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, тому в ОСББ бухгалтерський облік ведеться за діючими П(С)БО [2]. Кожне ОСББ зобов'язане сформувати власну облікову політику, у якій відобразатимуться всі питання організації ведення бухгалтерського обліку. При формуванні облікової політики варто зважати на Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства. Додатком до наказу про облікову політику доцільно затвердити робочий план рахунків і графік документообігу [3]. Ключові елементи організації бухгалтерського обліку ОСББ представлені на рисунку 1.

Основну діяльність ОСББ забезпечують цільове фінансування та цільові надходження. Формування фондів основної діяльності ОСББ представлено на рисунку 2.

Цільове фінансування та цільові надходження обліковуються на рахунку 48 «Цільове фінансування і цільові надходження». Аналітичний облік ведуть за їх призначенням і джерелами надходжень. Надходження коштів у вигляді внесків на утримання, обслуговування, ремонт будинку й інші надходження від мешканців відображаються за кредитом субрахунку 484 «Інші кошти цільового фінансування і цільових надходжень». До субрахунку 484 доцільно відкривати субрахунки четвертого порядку. Наприклад: 4841 «Внески і платежі співвласників»; 4842 «Кошти ремонтного фонду»; 4843 «Внески до резервного фонду»; 4844 «Внески до спецфонду»; 4845 «Орендна плата»; 4846 «Інші кошти цільового фінансування і цільових надходжень» [3; 5, с. 20-21].

Для обліку дебіторської заборгованості доцільно відкрити субрахунки: 3771 «Розрахунки за внесками і платежами співвласників»; 3772 «Розрахунки за внесками до ремонтного фонду»; 3773 «Розрахунки за внесками до резервного фонду»; 3774 «Розрахунки за внесками до спецфонду»; 3775 «Розрахунки з орендарями»; 3776 «Розрахунки за іншими операціями» [3; 5, с. 22].

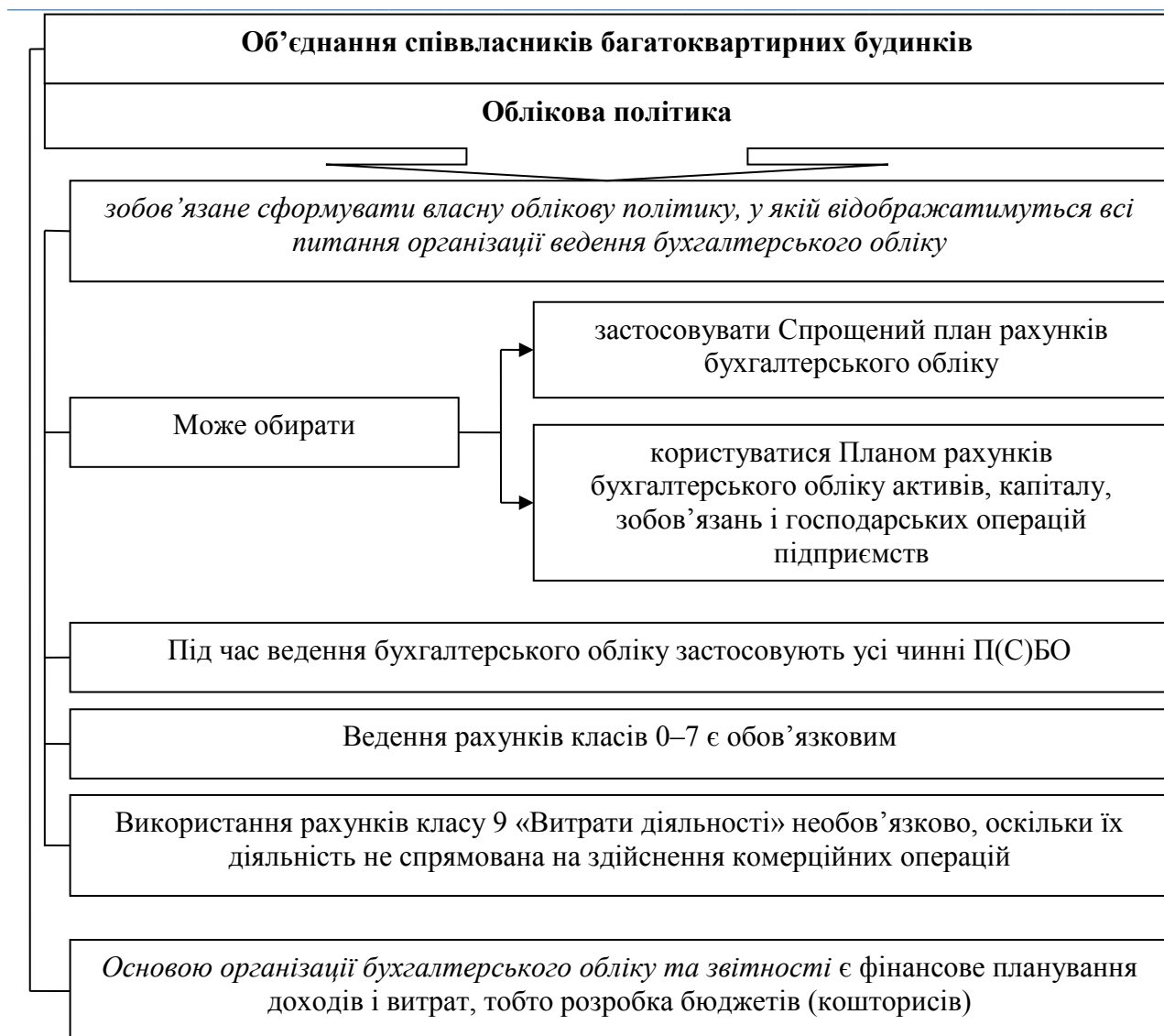


Рисунок 1 – Ключові елементи організації бухгалтерського обліку ОСББ
Розроблено автором з урахуванням [3; 4, с. 9-10; 5, с. 5-6].

Оскільки кошти, що надійшли до ОСББ як внески, є цільовим фінансуванням, то відповідно до п. 17 П(С)БО 15 отримане цільове фінансування визнають доходом протягом тих періодів, у яких були зазнані витрати, пов'язані з виконанням умов цільового фінансування [5, с. 19].

Згідно із рішенням загальних зборів об'єднання, можуть створюватися спеціальні фонди, витрати з яких здійснюють на цілі, що передбачені статутом.

Спеціальні фонди ОСББ створюються для виконання заходів, пов'язаних із значним витрачанням коштів, зокрема для: обладнання будинку засобами

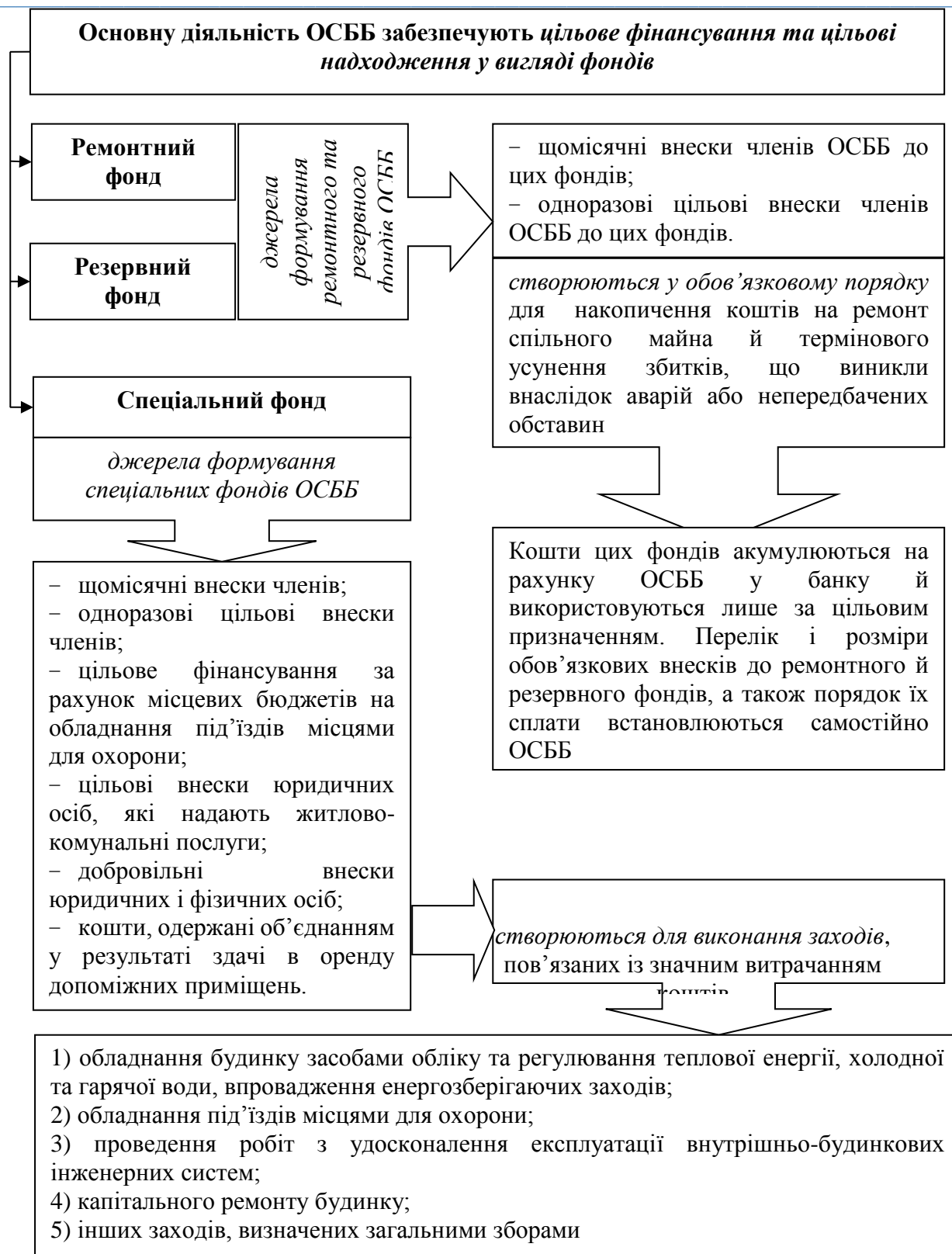


Рисунок 2 – Формування фондів основної діяльності ОСББ

*Розроблено автором з урахуванням [3, 5].

обліку та регулювання теплової енергії, холодної та гарячої води, впровадження енергозберігаючих заходів; обладнання під'їздів місцями для охорони;

проведення робіт з удосконалення експлуатації внутрішньо будинкових інженерних систем; капітального ремонту будинку; інших заходів, визначених загальними зборами [5, с. 14].

Так, джерелами формування спеціальних фондів ОСББ можуть бути: щомісячні внески членів об'єднання; одноразові цільові внески членів об'єднання; цільове фінансування за рахунок місцевих бюджетів на обладнання під'їздів місцями для охорони; цільові внески юридичних осіб, які надають житлово-комунальні послуги, для здійснення заходів з удосконалення експлуатації внутрішньо будинкових інженерних систем [3, 5].

Кошти цих фондів акумулюються на рахунку ОСББ у банку й використовуються лише за цільовим призначенням. Перелік і розміри обов'язкових внесків до ремонтного й резервного фондів, а також порядок їх сплати встановлюються самостійно ОСББ.

Список використаних джерел:

1. Слободяник Ю. Б., Сиротенко Н. А. Розвиток систем обліку та контролю в об'єднаннях співвласників багатоквартирних будинків. *Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право*. 2020. № 2. С. 38-47.

2. Бухгалтерський облік ОСББ. *ОСББ 365*. URL: <https://osbb365.com/ua/buhgalterskij-oblik-osbb/> (дата звернення: 16.03.2021).

3. Облік доходів і витрат в ОСББ: особливості організації та ведення. *Інтерактивна бухгалтерія*. URL: <https://interbuh.com.ua/ua/documents/oneanalytics/34822> (дата звернення: 18.03.2021).

4. Гура Н., Оленін І. Практична бухгалтерія ОСББ. Оформлення договорів оренди і реклами. Львів : Центр дослідж. місц. самоврядування, 2017. 50 с.

5. Гура Н. Бухгалтерський облік в об'єднаннях співвласників багатоквартирних будинків : навч. посіб. 2-ге вид. Київ, 2020. 56 с.

УДК 657:65.012.8

О. Прокопишин, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
М. Ковальчук, здобувач вищої освіти ОР «Магістр»
ОПП «Облік і оподаткування»
К. Борщ, здобувач вищої освіти ОР «Бакалавр»
ОПП «Облік і оподаткування»
Львівський національний аграрний університет
(м. Львів, Україна)

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: Обґрунтовано потребу формування підсистеми обліково-аналітичного забезпечення керування економічною безпекою підприємства. Доведено важливість такого забезпечення для формування обліково-аналітичних даних унаслідок збору та обробки зовнішньої й внутрішньої інформації, для розробки на її основі тактичних і стратегічних завдань в управлінні економічною безпекою.

Ключові слова: бухгалтерський облік, діяльність, обліково-аналітичне забезпечення, економічна безпека, інформація.

В умовах постійної та важко прогнозованої зміни зовнішнього середовища і внутрішніх умов здійснення господарської діяльності існує висока ймовірність виникнення загроз, реалізація яких може призвести до появи ознак кризового стану, а надалі й банкрутства значної частини вітчизняних підприємств.

Поточна економічна ситуація в Україні, основою формування якої є трансформаційні процеси в національній економіці, характерна політичною, соціальною й фінансовою нестабільністю, недосконалістю законодавчої бази, посиленням внутрішньої та зовнішньої конкуренції, інфляцією, зниженням обсягів високотехнологічного виробництва та зростанням обсягу експорту сировини й продукції з низьким ступенем обробки [2].

Нині, за нестабільності зовнішнього середовища, підприємства намагаються використовувати всі внутрішні резерви, аби забезпечити свій розвиток. Це можливо за розробки нових підходів до організації й методики обліково-аналітичного забезпечення керування їхньою фінансовою безпекою. Передусім необхідно вирішувати питання вдосконалення економічного аналізу фінансового

стану та його прогнозування, а також формування інформаційного забезпечення фінансової безпеки підприємства. Ключовий елемент такої модернізації – впровадження обліково-аналітичних технологій за забезпечення інформаційних потреб фінансової безпеки підприємства, основа яких – фінансова звітність.

У сучасних умовах господарювання протидіяти загрозам можливо, володіючи достовірною й точною інформацією, опираючись на яку суб'єкт підприємницької діяльності обирає партнерів, встановлює взаємовідносини та визначає форму розрахунків з клієнтами й постачальниками, вирішує питання інвестування своїх коштів тощо. Саме таку інформацію має генерувати система бухгалтерського обліку та аналізу, яка в науковій літературі отримала назву «обліково-аналітична система» [1].

Наявна система бухгалтерського обліку несповна задовольняє інформаційні запити сучасного менеджменту, позаяк реально бухгалтерський облік зорієнтований переважно на формування фінансової, податкової, статистичної звітності, але для ухвалення рішень стратегічного характеру її бракує. Тож необхідно формулювати сутність і зміст обліково-аналітичного забезпечення згідно з вимогами управління стратегічного і тактичного розвитку підприємства; визначати порядок формування інформаційних потоків, доповнювати й розширювати обліково-аналітичні інструменти, алгоритми накопичення та обробки інформації як стосовно окремих об'єктів, так і загалом – у межах формування комплексної системи. Цілісна обліково-аналітична система підприємства дасть змогу раціонально використовувати ресурси, а відтак – збільшити ефективність його діяльності.

Економічну безпеку підприємства можна вважати універсальною категорією, яка віддзеркалює захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього і внутрішнього середовища, а також спонукає менеджмент швидко реагувати й усувати загрози, які можуть вплинути на конкурентоспроможність та економічну стабільність підприємства [1].

Обліково-аналітична система створює передумови взаємодії різних

підсистем підприємства з метою збирання та накопичення інформації про окремі види діяльності, бізнес-процеси або господарські одиниці. Результатом накопичення та аналітичної обробки інформації є обліково-аналітичне забезпечення процесу прийняття рішень у системі управління [3].

Систему, яка ґрунтується на даних бухгалтерського обліку, разом з оперативними даними, і застосовує всі види інформації для узагальнення та аналізу, трактують як систему обліково-аналітичного забезпечення. У галузі економічної безпеки виробництва така система об'єднує методи й технології усіх видів обліку, аналізу й безпеки для ухвалення управлінських рішень стосовно протидії внутрішнім та зовнішнім загрозам безпеці діяльності підприємства та його стабільному розвитку. Вона – основа для здійснення моніторингу оцінки стану та рівня фінансово-економічної безпеки підприємства, особливий вид професійної діяльності у сфері безпеки, який безпосередньо впливає на її забезпечення.

Підсистема обліково-аналітичного забезпечення повинна містити джерела інформації, об'єкти обліку, методичні прийоми обліку, аудиту й аналізу та суб'єкти обліково-аналітичного забезпечення. Джерелами інформації є первинні документи, реєстратори бухгалтерського обліку та фінансова звітність, а також внутрішні розпорядження, методики і стандарти обліку, законодавчо-нормативні документи і т. д. Об'єктами обліку є капітал та джерела його утворення, наявні ресурси, процеси і результати фінансово-господарської діяльності. Необхідність включення до складу цієї підсистеми аудиту мотивовано необхідністю перевірки облікової інформації і лише після цього застосування аналітичних методів її обробки, що уможлиблює досягнення необхідного ступеня її достовірності [2].

Ефективність господарської діяльності вітчизняних підприємств значною мірою залежить від здатності суб'єктів безпеки формувати безпечні умови розвитку, тобто зменшувати негативний вплив середовища функціонування. Основою дій суб'єктів безпеки є управлінські рішення, інформаційний базис яких формується підсистемою обліково-аналітичного забезпечення. Процес

формування такої підсистеми суттєво залежить від специфіки господарської діяльності певного підприємства, а розроблені методичні рекомендації дають змогу максимально використати наявні у суб'єкта господарювання ресурси [2].

Система управління безпосередньо залежить від обсягу інформації, її якості та цільового використання. Ефективність управління економічною безпекою підприємств значною мірою залежить від послідовності й досконалості функціонування механізму збору, накопичення, обробки інформації й подальшого механізму ухвалення управлінських рішень, основою реалізації якого є зовнішня та внутрішня інформація, розроблення на її основі планів і прогнозів розвитку підприємства, що також має сприяти його стратегічному розвитку.

Список використаних джерел:

1. Малярчук І. І., Стеців Л. П. Фінансова звітність у системі обліково-аналітичного забезпечення фінансової безпеки підприємства. *Економічні науки*. 2019. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nz_2017_1_22.pdf. (дата звернення: 12.04.2021)
2. Штангрет А. М., Стеців Л. П., Шляхетко В. В. Процес формування підсистеми обліково-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства. URL: http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/8_2017/8_2017.pdf#page=205. (дата звернення: 12.04.2021).
3. Рета М. В., Погорелов І. М. Механізм обліково-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/31271>. (дата звернення: 13.04.2021).

УДК 657.6

Н.Я. Протасова, старший преподаватель
кафедры бухгалтерского учета
Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации
(г. Гомель, Республика Беларусь)

НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УЧЕТА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. На основе изучения отечественного и зарубежного опыта, результатов научного исследования рассмотрены некоторые теоретические аспекты и отдельные подходы к определению категории «собственный капитал», выбор системы счетов учета собственного капитала с целью детализации информации для целей управления.

Ключевые слова: учет, собственный капитал, отчетность, счета, доход.

В современных условиях хозяйствования для большинства отечественных организаций наиболее остро стоит проблема выбора источников финансирования своей деятельности. В связи с тем, что экономическая нестабильность и самостоятельность повысили ответственность руководителей хозяйствующих субъектов за результаты экономической деятельности, основным требованием которой является повышение эффективности управления капиталом.

Проблема формирования понятия «собственный капитал» остается нерешенной и в наше время, современная экономическая наука не имеет общепринятого совершенного определения. В подобной ситуации достаточно сложно выделить наиболее подходящее определение собственного капитала, поскольку каждый взгляд из рассмотренного нами их многообразия является результатом определенных логических рассуждений.

Собственный капитал является чрезвычайно важной экономической категорией, отражающей величину средств, принадлежащих собственникам организации. Величина собственного капитала рассматривается в широком смысле как запас прочности в случае неэффективной деятельности организации в будущем и определенная гарантия защиты интересов кредиторов. Существуют две концепции собственного капитала: экономическая и юридическая.

Сторонники экономической концепции капиталом считают все ресурсы организации (активы), способные приносить экономическую выгоду. Стоявший у истоков экономического направления Джузеппе Людовик Креппа писал, что «цель учета состоит в исследовании результатов хозяйственной деятельности, которая сопряжена с постоянными изменениями объема и состава имущества. Эти изменения и есть предмет учета» [5, с. 261].

Ирвинг Фишер, представитель экономической теории, утверждал, что капитал – это запас благосостояния, который существует в конкретный момент времени, иначе это актив бухгалтерского баланса, способный приносить прибыль. Капитал стоит столько, сколько он создает дохода и приносит прибыли, а не столько, сколько в него вложили когда-то денег [5, с. 262].

Международные стандарты финансовой отчетности придерживаются юридической концепции капитала, которая определяет собственный капитал как сумму имущественных прав собственника (учредителей, участников) на активы организации. Сумма собственного капитала (чистых активов) устанавливается по данным бухгалтерского баланса путем вычитания из стоимости активов организации всех ее обязательств. Основные идеи юридического направления выразил основоположник этого направления – Николо де Анастасио, который писал, что «учет – это регистрация прав и обязательств собственника, а в центре учетной системы стоит счет капитала. И все факты хозяйственной жизни должны затрагивать этот счет» [4, с. 360].

В бухгалтерском учете Республики Беларусь собственный капитал трактуется с юридической точки зрения как выражение имущественных прав собственника (учредителей, участников). Поэтому собственный капитал рассматривается как сумма активов организации не обремененных обязательствами.

Для более полного понимания изучаемого вопроса рассмотрим высказывания зарубежных экономистов по экономической сущности собственного капитала, представленные в табл. 1.

Проанализировав многочисленные исследования зарубежных

специалистов, можно сделать вывод о неоднозначности трактовки понятия «собственный капитал».

Таблица 1

Экономическая сущность категории «собственный капитал» в трактовке различных авторов

Автор	Понятие собственного капитала
Й. Бетге	Разница между активами и обязательствами организации за минусом доходов будущих периодов [1, с. 253]
Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуелл	Остаточный интерес в активах юридического лица, который остается после вычитания пассивов [3, с. 21]
Р. Бенке, Р. Холт	Доля владельца организации [5, с. 326]
В. Ф. Палий	Стоимость активов, которые не обременены обязательствами [4, с. 31]
И. М. Дмитриева	Совокупность имущества, прав и денежных средств, необходимых организации для осуществления уставной деятельности, покрытия убытков, создания новых видов имущества [2, с. 139]

В настоящее время многие современные ученые склоняются в пользу определения собственного капитала, как доли собственников в активах организации. Данное определение более созвучно с трактовкой, утвержденной в международных стандартах финансовой отчетности (МСФО), которые представляют капитал как чистые активы или как остаточную долю в активах организации после вычета обязательств.

Зарубежные и отечественные экономисты придерживаются единого мнения о том, что капитал – один из центральных объектов учета, так как он дает наиболее полное и актуальное представление о масштабах деятельности организации, ее прибыльности и перспективах развития в будущем. Данный показатель финансовой отчетности обеспечивает собственников информацией для принятия рациональных управленческих решений; акционеров, кредиторов, инвесторов – данными об эффективности управления организацией; вкладчиков капитала – сведениями о динамике и перспективе их экономических прав.

Достаточная величина собственного капитала – основополагающий фактор финансовой независимости организации. К его достоинствам следует отнести полное право собственника распоряжаться своими ресурсами.

Подробнее структуру собственного капитала представим на рис.1.

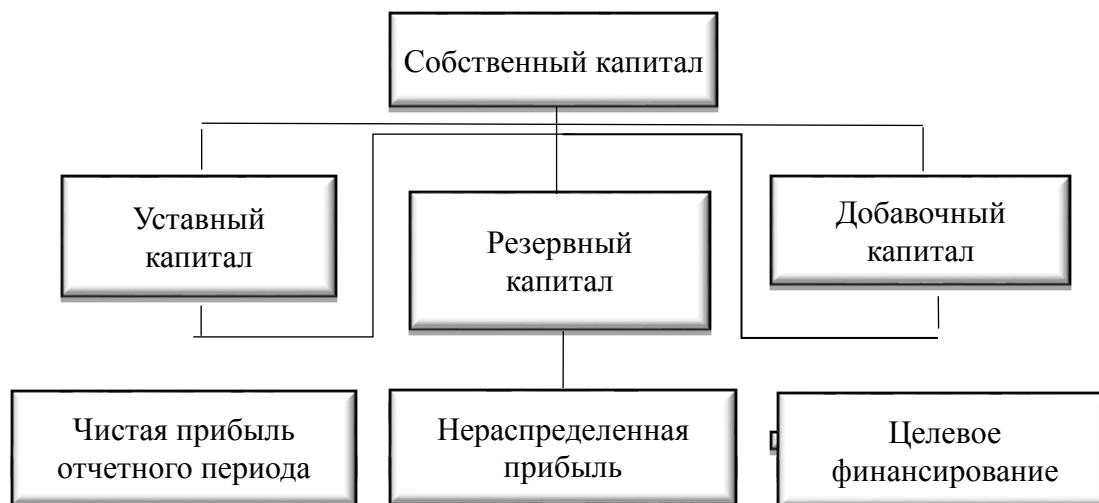


Рис. 1. Структура собственного капитала

Таким образом, в состав собственного капитала организации включают: уставный, резервный и добавочный капитал, целевое финансирование, нераспределенную и чистую прибыль.

В бухгалтерском учете организаций Республики Беларусь для обобщения информации о собственном капитале предназначены следующие синтетические счета: 80 «Уставный капитал», 81 «Собственные акции (доли)», 82 «Резервный капитал», 83 «Добавочный капитал», 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)», 86 «Целевое финансирование».

По нашему мнению, собственный капитал – один из центральных объектов учета, так как именно он дает наиболее полное и актуальное представление о масштабах деятельности организации, ее прибыльности и перспективах развития в будущем.

Список использованных источников:

1. Бетге Й. Балансоведение : учеб. М. : Бухгалтерский учет, 2000. 454 с.
2. Дмитриева, И.М. Бухгалтерский учет и аудит : учеб. пос. 2-е. изд. перераб. и доп. М. : Издательство «Дело и сервис», 2009. 368с.
3. Нидлз, Б. Андерсон, Х. Колдуэлл, Д. Принципы бухгалтерского учета : учеб. М. : Финансы и статистика, 1994. 496 с.
4. Палий, В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник 4-е изд., испр. и доп. М. : ИНФРА-М, 2009. 472 с.
5. Соколов, Я.В. Бухгалтерский учет от истоков до наших дней : учеб. пособие. М. : Аудит, ЮНИТИ, 1996. 638 с.

УДК 657.6

К. Р. Решетник, здобувач вищої освіти,
студентка факультету фінансів і обліку
Київський національний торговельно-економічний університет
(м. Київ, Україна)

ERP-СИСТЕМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ УСТАНОВОЮ

Анотація: розглянуто як впровадження ERP-систем фінансовими установами сприяє підвищенню ефективності їх діяльності шляхом інтегрування бізнес-процесів у єдине інформаційне середовище.

Ключові слова: ERP-система, інтеграція інформаційних потоків, фінанси, фінансовий облік, бухгалтерський облік, звітність, програмне забезпечення Oracle E-Business Suite, програмне забезпечення SAP R/3.

ІТ-технології прискореними темпами інтегрується в банківський сектор, що обумовлено сучасними ринковими процесами та всезростаючими потребами споживачів послуг. Відповідно банківськими установами з метою оптимізації операційних процесів, а також підвищення рівня конкурентоспроможності активно впроваджуються та використовуються ERP-системи.

Відповідно до словника APICS, ERP-система (enterprise resource planning) є основою для організації, визначення та стандартизації бізнес-процесів, необхідних для ефективного планування та контролю, щоб організація мала можливість використовувати свої внутрішні знання для пошуку зовнішніх переваг [1].

Американська корпорація Oracle визначає ERP-систему як тип програмного забезпечення, що організації використовують для управління повсякденною комерційною діяльністю, такою як бухгалтерський облік, закупівлі, управління проектами, управління ризиками та дотримання вимог, а також операції з ланцюгами постачання [2].

Тобто ERP-система — це планування ресурсів підприємства шляхом управління та інтеграції бізнес-процесів, що сприяє вільному потоку комунікацій в межах організації та призводить до збільшення синергії між різними сферами

бізнесу, підвищення ефективності внаслідок впорядкування процесів, а також зниження рівня витрат та збільшення продуктивності.

ERP-система складається із модулів, кожен з яких характеризує певну функцію діяльності суб'єкта господарювання. У переважній більшості базовий перелік функцій наступний: фінанси, контроль, управління виробництвом, управління запасами, управління якістю, збут, трудові ресурси, післяпродажне обслуговування. Тоді як будь-яка сучасна ERP-система банківського сектору завжди включає фінанси (головна книга, дебетовий та кредитний рахунки, інструменти управління грошовими потоками, ліквідністю, інвестиціями та ризиками), трудові ресурси та операції. А основними особливостями стає інтегрованість, уніфікованість, реальний час та мультивалютність програмного забезпечення.

Найбільш розповсюдженими ERP-системами у світовій банківській практиці є SAP ERP, Oracle E-Business Suite (EBS), Corniche, LeaseWave Suite, Cashbook, EBANQ, TEMENOS T24, Moneyman, zeb.control. Проте необхідно зазначити, що ERP-системи можуть бути універсальними, тобто створені для відповідних компаній із диференціюванням складових системи.

Корпорація Oracle є одним з найбільших постачальником корпоративного програмного забезпечення у світі. Oracle E-Business Suite передбачає глобальне рішення для ефективного управління внутрішньобанківськими процесами, а саме управління фінансами. Фінансовий пакет Oracle E-Business Suite включає наступні базові модулі: Головна книга, Розширена глобальна міжфілійна система, Кредитори, Дебітори, Управління грошовими коштами, Основні засоби, Управління нерухомістю, Управління лізингом.

Головна книга Oracle дозволяє автоматично проводити переоцінку операцій та трансформувати звітність у функціональну валюту і валюту звітності відповідно до загальноприйнятих стандартів фінансового обліку та принципам бухгалтерського обліку. Окрім цього, можливе створення додаткового обліку до первинної книги будь-якої кількості вторинних книг.

Вторинна книга може відрізнитися від основної по одному або декільком параметрам, наприклад, план рахунків, календар, валюта, метод обліку на основі підкниг. А до основних властивостей інфраструктури фінансової системи Oracle E-Business Suite належать: збільшення аналітики — необхідна інформація переходить у запис субкниги, а потім у запис із транзакції автоматично, дозволяючи отримувати необхідну звітність; контроль — облік у субкнизі дозволяє контролювати облік кожної транзакції, забезпечуючи відповідність стандартам і вимогам; гнучкість — швидка реакція на вимоги з боку суб'єкта господарювання та/або законодавства без додаткових кастомізацій; спрощена вивірка — зберігається зв'язок між записом у Головній книзі, записом у субкнизі і транзакцією [3, с. 8-9].

Отже, Oracle E-Business Suite - це інтегроване рішення, що у повному обсязі відображає стан фінансів і дозволяє контролювати усі операції банку, збільшуючи тим самим ефективність існуючих бізнес-процесів, підвищуючи якість управлінських рішень, що ґрунтуються на дійсних фактичних даних, підвищення прозорості фінансової звітності.

За даними звіту Gartner «Магічний квадрант світових виробників рішень для автоматизації роздрібного банківського бізнесу» компанія SAP продовжує зберігати провідну позицію вже 11 років поспіль. А програмне забезпечення SAP R/3 є програмним продуктом, на який один із найвищих у світі рівнів попиту. До функціональних модулів SAP R/3 входять: фінансовий облік (FI), управління фінансовим ланцюжком поставок (FSCM), контролінг (CO), управління матеріальними потоками (MM), збут (SD), логістичне виконання (LE), планування виробництва (PP), управління якістю (QM), технічне обслуговування заводу (PM), система проектів (PS), людські ресурси (HR) [4].

Одним із функціональних модулів SAP R/3 є фінансовий облік (FI), який відповідає за відстеження потоку фінансових даних в організації контрольованим чином та інтеграцію всієї інформації для ефективного прийняття стратегічних рішень. Фінансовий модуль SAP R/3 включає такі

складові як Бухгалтерія Головної книги, Бухгалтерія дебіторів і кредиторів, Облік основних засобів, Податковий облік, бухгалтерська і фінансова звітність.

Отже, серед різних функціональних напрямків управління ресурсами для банку як суб'єкта господарювання вагоме місце посідає фінансовий модуль, що передбачає повне відображення фінансових операцій та формування звітів про фінансові результати банку шляхом їх автоматизації.

Не дивно, що SAP є лідером на ринку фінансового обліку, оскільки використовується переважно транснаціональними банками та банками вищого рівня. Серед таких банків є й НБУ, який протягом багатьох років використовує SAP R/3. Головною стратегічною метою впровадження SAP-систем в НБУ було створення єдиного безпечного інформаційного простору, який дає змогу реалізувати загальний стандартний набір моделей, операцій і процесів, що функціонує в режимі реального часу, для фінансового, матеріального й управлінського обліку.

Ефект від впровадження SAP-систем Національним банком України проявився у наступному: вдалося підвищити рівень ефективності використання ресурсів банку, оптимізувати фінансові та матеріальні потоки, зменшити витрати й поліпшити рівень управління банком. Також сприяло посиленню контролю за виконанням операцій завдяки взаємозв'язку первісного матеріального, фінансового і контролінгового документів та упорядкувати взаємозв'язок між різними службами, що у свою чергу зменшило кількість помилок, забезпечило достовірність інформації для формування звітності [5, с.10].

Таким чином, в сучасних умовах світової цифровізації особливого значення для банківських установ набуває забезпечення створення єдиного інформаційного середовища, що дозволяє інтегрувати усі процеси та бази даних різних підрозділів банку з метою автоматизації їх обліку, контролю, аналізу та планування.

А отже, можна стверджувати, що ERP-системи мають вирішальне значення для досягнення ефективності процесів та є невід'ємною складовою ефективного

функціонування банківських установ, оскільки вони спрямовані перш за все для управління фінансами, а також надають можливість вирішувати операційні проблеми, обробляти значні інформаційні потоки. Тому ERP-системи є ефективним, оперативним та важливим елементом для банківської установи з метою створення фінансових звітів, управління рахунками, обліку готівкових та безготівкових коштів, обробки платежів та управління безпекою.

Список використаних джерел:

1. Coad A. ERP System Definition. *Aptean*. 2020. URL: <https://www.aptean.com/blog/erp-system-definition>.
2. What is ERP? *Oracle*. URL: <https://www.oracle.com/erp/what-is-erp/>.
3. Каталог приложений: FINANCIALS. Глобальное решение для эффективного управления финансами. *Oracle E-Business Suite*. 2011. С. 48. URL: https://www.fors.ru/upload/magazine/02/oracle_fusion_applications/business_apps/04_resource_management/00_fm.pdf.
4. SAP - Модули. *CoderLessons.com*. 2018. URL: <https://coderlessons.com/tutorials/sap/izuchite-sap-r-3/sap-moduli>.
5. Гримова Т. Використання SAP-систем для автоматизації бізнес-процесів Національного банку України. Вісник Національного Банку України: №8 (174). 2010. С. 73. URL: <https://old.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=73115>.

УДК 657

А. Рудич, к.е.н., доцент
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень
К. Біленко, здобувач вищої освіти
СВО «Магістр» спеціальність облік і оподаткування
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ШЛЯХИ І РЕЗЕРВИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: розкрито сутність поняття «резерви», їх основні типи та розглянуто основні резерви підвищення рівня прибутку та забезпечення прибутковості підприємств аграрної сфери. Визначено фактори активізації внутрішніх резервів покращення фінансово-економічного стану підприємства.

Ключові слова: резерв, фактор впливу, підприємство, прибуток, прибутковість, ефект, ефективність виробництва.

Для систематичного забезпечення зростання рівня прибутку та прибутковості необхідно шукати невикористані та приховані можливості його постійного збільшення, тобто резерви зростання.

Резерв – це кількісний показник, свого роду джерело не використаних можливостей (засобів, ресурсів) для забезпечення здійснення виробничої діяльності підприємства. Резерви виявляються та аналізуються на стадіях планування та безпосереднього виробництва продукції, а в подальшому, її реалізації. Визначення обсягів резервів збільшення прибутку та прибутковості, в першу чергу базується на науково-обґрунтованій методиці розробки і впровадження заходів з їх активною мобілізацією у виробничий процес.

У процесі дослідження і аналізу резервів виділяють три основні етапи:

- 1) аналітичний – визначення кількісної оцінки резервів;
- 2) організаційний – розробляється комплекс інженерно-технічних, організаційних, економічних і соціальних заходів, що повинні ефективно забезпечити використання виявлених резервів;
- 3) функціональний – реалізуються розроблені заходи і контролюється їх виконання.

Резерви збільшення рівня прибутку є можливими за рахунок:

- 1) збільшення обсягів виробництва продукції;
- 2) зниження постійних і змінних витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- 3) економії і раціонального використання матеріальних і фінансових ресурсів;
- 4) впровадження сучасних досягнень науково-технічного прогресу, в результаті чого підвищується продуктивність праці.

Досліджуючи резерви зростання прибутковості, доцільно звернути увагу на те, що рівень прибутку залежить – як від доходів підприємства, так і від його витрат на виробництво.

Отже, збільшення прибутку можна досягти двома способами: зменшити витрати на виробництво або збільшити дохід від реалізації. Тому, перед кожним підприємством постає питання правильного формування власної цінової стратегії та політики і розрахунок оптимального беззбиткового обсягу виробництва [1].

Максимізація прибутку є основною і вирішальною умовою успішної конкурентоздатності підприємства, його життєздатності і закріплення на ринку та високої ефективності виробництва. Для виконання цих умов необхідно постійно удосконалювати ресурсний потенціал, засоби виробництва, впроваджувати сучасні інструменти, удосконалювати технології, впроваджувати прогресивні методи менеджменту. Зниження собівартості продукції є одним із найважливіших факторів збільшення рівня прибутку. У факторі зниженні собівартості продукції найбільш глибоко відбивається економія та ефективність використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, які є у розпорядженні підприємства. Максимальна можливість використання внутрішніх резервів щодо зниження рівня собівартості продукції є важливою і основною умовою ефективного функціонування аграрного підприємства [2].

Резервом росту рівня прибутку для аграрного підприємства є також підвищення якості продукції, що виробляється, і особливо ліквідація втрат у

процесі виробництва. Підприємство має також можливість збільшувати прибутки за рахунок зміни ринків збуту продукції. Моніторинг і аналіз ринків збуту дає змогу виявити незадоволені потреби реальних споживачів, коригувати цінову політику з метою забезпечення підвищення ефективності діяльності підприємства.

Для підприємства, встановлення ціни має ключове значення для успіху обраної стратегії функціонування. Ціна є важливим інструментом стимулювання попиту і одночасно представляє собою головний фактор довгострокової рентабельності. Ціна визначає рівень рентабельності всієї діяльності, не тільки визначаючи рівень прибутку, але і фіксуючи через обсяги продажу умови, за яких досягається ефективна окупність всіх витрат (точка беззбитковості) [3].

Важливе значення в процесі зниження собівартості та підвищення прибутку є дотримання найсуворішого режиму економії по всіх ділянках виробничо-господарської діяльності аграрного підприємства. Послідовне здійснення заходів режиму економії проявляється насамперед у зменшенні витрат матеріальних і фінансових ресурсів на одиницю продукції, скороченні витрат по обслуговуванню виробництва і керуванню та інших непродуктивних витрат.

Обґрунтовані норми й нормативи, їх своєчасний перегляд і аналіз, з одного боку, впливають на рівень оплати праці, а з іншого – на формування ціни продукції, тому що визначення резервів призводить до зниження суспільно-необхідних витрат [4].

Одним з резервів реального збільшення рівня прибутку аграрних підприємств – є повне використання вторинних ресурсів та попутних продуктів виробництва. Доля вторинної сировини в загальному обсязі матеріальних ресурсів, використовуваних у господарстві як підприємства так і країни, в останні періоди значно зростає.

Одним із внутрішніх резервів збільшення прибутку суб'єктів господарювання є ліквідація невиробничих виплат по заробітній платі, по оплаті цілоденних простоїв і часів внутрішньо змінного простою, доплат за працю в

додатковий час, ліквідація невиробничих витрат і втрат у складі витрат на обслуговування підрозділів виробництва і управління [2].

Аналіз зазначених факторів дає можливість активізувати внутрішні джерела покращення фінансового стану підприємства та підвищити його прибутковість.

Список використаних джерел:

1. Блонська В.І., Турчиняк Ю.Б. Прибуток підприємства та чинники, які впливають на його розвиток. Збірн. наук.-техн. праць. *Науковий вісник*. Вип. 16.7. НЛТУУ. 2016. URL : <http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem/nvnlts/167/2-Blonska167>.

2. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка та суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 189–192 URL : <http://economyandsociety.in.ua>.

3. Чигріна К.О. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення. *Науковий огляд*. 2018. № 12. URL : <http://oaji.net/articles/2018/797-1426331955.pdf>.

4. Нагайчук В. В. Показники оцінки якості прибутку підприємства та їх залежність від обраної стратегії. URL:http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchtei/2014_2_1/NV-2017-2_23.pdf

УДК 657

Сакун А.Ж., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Шевякіна Г. Ю.
здобувач першого(бакалаврського)рівня вищої освіти
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

ДОКУМЕНТУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація: розглянуто особливості формування системи документування за рухом готової продукції суб'єкта господарювання. Визначено основні аспекти організації обліково-контрольного процесу реалізації готової продукції. Результати дослідження можуть бути використані підприємствами під час виробництва та реалізації продукції.

Ключові слова: документація, готова продукція, виробництво, виробнича собівартість, організація контролю, реалізація, витрати на збут, дохід від реалізації.

Результати проведених досліджень переконливо засвідчують, що правильність організації обліково-аналітичного та контрольного процесу реалізації готової продукції є запорукою достовірності відображення інформації в бухгалтерських документах і фінансовій звітності підприємства та безпомилкового визначення результативності діяльності суб'єктів господарювання. Адже, прибутковість виробничого підприємства свідчить про ефективність його виробничо-збутової діяльності, яка досягається мінімізацією витрат (витрат на сировину, матеріали, енергію, оплату праці, фінансування) і максимізацією доходів від результатів виробництва — випуску продукції і послуг, шляхом їх реалізації [1].

Реалізація продукції - це господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передачу права власності на продукцію (роботи, послуги) іншому суб'єкту підприємницької діяльності в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань. Для цілей оподаткування датою реалізації вважається дата передачі права власності на зазначену продукцію (роботи, послуги) згідно з базисними умовами поставки, визначеними сторонами,

незалежно від строків здійснення оплати. Об'єктами бухгалтерського обліку в процесі реалізації є: обсяг реалізованої продукції (в натуральних і вартісному вимірниках), витрати, пов'язані з реалізацією, фінансовий результат від реалізації (як правило, прибуток), а також розрахунки з покупцями (за реалізовану продукцію), бюджетом (за і податками), банками (по кредитах) та іншими господарюючими суб'єктами, що виникають у процесі реалізації. Отже, бухгалтерський облік відображає не тільки господарські процеси, а й їх результати [2].

У системі фінансового обліку важливе місце займає облік доходів і фінансових результатів, що визначені на рахунках класу 7 “Доходи і результати діяльності”. На рахунках цього класу накопичуються доходи протягом звітного періоду (року) в розрізі їх видів: доходи від реалізації, інші операційні доходи, доходи від участі в капіталі, інші доходи, надзвичайні доходи. У кінці звітного періоду (року) співставленням доходів із втратами визначаються фінансові результати (рахунок 79 “Фінансові результати”), куди переносяться всі доходи і витрати за рік. У першу чергу необхідно під час ревізії вивчити об'єкти діяльності, які формують доходи від операційної, інвестиційної і фінансової діяльності та надзвичайні доходи. Контролю підлягають: доходи від реалізації, інші операційні доходи, доходи від участі в капіталі, інші доходи, надзвичайні доходи та фінансові результати. Під час ревізії спочатку перевіряють правильність визначення прибутку (збитку) за даними “Звіту про фінансові результати”. У зв'язку з цим обґрунтовують достовірність статті “Дохід (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг)”, де відображається загальний дохід (виручка) від її реалізації (без врахування наданих знижок, повернення проданих товарів та податків з їх продажу). Потім перевіряють достовірність визначення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), що визначається шляхом вирахування з доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) відповідних податків, зборів, знижок тощо. Метою ведення обліку збутової діяльності є інформаційне забезпечення

управління доходами і витратами збутової діяльності; формування фінансових результатів, оцінка доцільності та ефективності передбачених збутовою політикою заходів, можливість планування оптимального розміру витрат на їх проведення, контроль збутових операцій [3].

Процес випуску готової продукції й наступні за цим операції по її реалізації тісно взаємозалежні. До основних питань ревізії готової продукції і її реалізації ми відносимо такі:

1. Перевірка даних про випуск і здачу на склад готової продукції;
2. Контроль організації складського обліку готової продукції й забезпечення належних умов зберігання готових виробів;
3. Перевірка обґрунтованості здійснення операцій з реалізації готової продукції;
4. Перевірка вірогідності інформації про кількість реалізованої у звітному періоді готової продукції;
5. Контроль розподілу витрат між залишками готових виробів на складі й реалізованій готовій продукції [4].

Отже, приступаючи до перевірки даної ділянки діяльності підприємства, ревізор починає вивчати погодженість цехових і складських відомостей про випуск готової продукції. Для цього проводиться взаємна перевірка приймально-здавальних накладних і карток складського обліку готової продукції. Як додаткові джерела контролю залучаються різні відомості обліку виробленої продукції (журнали, книги) у розрізі виробничих підрозділів або видів готових виробів. Вибірково перевіряється реальність даних виробленої й зданої на склад готової продукції. У цих цілях ревізор вивчає документи про витрату матеріалів у виробництво на певну дату (період).

Підприємства реалізують свою продукцію покупцям на підставі укладених договорів (угод). Відпуск готової продукції покупцям оформляється накладною на відпуск товарно-матеріальних цінностей (ф. № М-20), яка є підставою для списання готової продукції підприємством-виробником, що здійснило її відпуск,

для оприбуткування її підприємством-одержувачем і для дозволу на вивезення її з території підприємства-постачальника. При методі нарахування датою реалізації вважається дата передачі права власності на продукцію (роботи, послуги) згідно з базисними умовами поставки, визначеними сторонами, незалежно від строку здійснення платежів. У цьому разі датою реалізації вважається дата відвантаження готової продукції покупцям (а для робіт, послуг — дата оформлення документів, які засвідчують їх виконання). Розрахунковими документами є: — договір — рахунок фактура — платіжна вимога Відвантаження із складу підприємства, реалізованої продукції або товарів здійснюється на підставі документа «Товарно-транспортна накладна»; передачу продукції і товарів із складу до торгівельного приміщення (для роздрібно торгівлі) здійснюється шляхом використання документа «Накладна-вимога на відпуск (внутрішнє переміщення) матеріалів» [2].

У п. 11 П(С)БО 16 зазначаються два види собівартості продукції — виробнича та собівартість реалізованої продукції. Для визначення виробничої собівартості продукції важливе значення мають прямі витрати — витрати, що можуть бути віднесені безпосередньо до конкретного об'єкта витрат економічно доцільним шляхом.

Об'єкт витрат - це продукція, роботи, послуги або вид діяльності підприємства, які потребують визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат (п. 4 П(С)БО 16) [5].

Для вдосконалення обліку готової продукції та її реалізації вважаємо за необхідне розмежувати витрати на збут, які пов'язані з доведенням існуючої продукції до споживача (тара, упаковка, вантажні роботи, транспортування, складування, витрати на утримання складів, магазинів, торгового персоналу тощо) та маркетингові витрати, що виникають у зв'язку з вивченням і стимулюванням попиту, пошуком інформації про ринки збуту і розширенням частки ринку виробника.

Помітну увагу необхідно приділити плануванню скорочення собівартості

продукції по техніко-економічним факторам, що дозволять визначити вплив на затрати заходів по підвищенню науково-технічного рівня. Удосконалити нормування матеріальних і трудових затрат на виробництві на основі більш широкого впровадження нормативного обліку затрат на виробництво і його елементів. При цьому особливу увагу приділити пошуку можливостей оперативного виявлення відхилень від діючих норм.

Список використаних джерел:

1. Сакур А. Ж., Пантук І.П. Системний підхід до організації та управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств промисловості. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 2 (38). С. 55–59
2. Вороніна В. Л., Черниш В.В. Особливості документального відображення руху готової продукції. *Кримський економічний вісник*. 2013. Частина I. 277 с.
3. Сакур, А. (2020). ОБЛІКОВА СИСТЕМА ЯК ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (2), 248-252. URL:<http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/72>
4. Маркова, Т., Головаченко, Л., Стрепенюк, М., & Римар, Г. (2018). Особливості внутрішньогосподарського контролю розрахунків з покупцями та реалізації готової продукції. *Food Industry Economics*, 10(3). URL:<https://doi.org/10.15673/fie.v10i3.1065>
5. Витрати: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16: затв. наказом Мінфіну від 31.12.1999 р. № 318 за станом на 09.08.2013 р. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

УДК 657.432:338.465:657.24

Р.Б. Сокольська, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту

А.В. Біленко, магістрант
кафедри обліку і аудиту

Національна металургійна академія України
(м. Дніпро, Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ В УМОВАХ КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: з урахуванням особливостей формування дебіторської заборгованості на вітчизняних комунальних підприємствах, організації та ведення її бухгалтерського обліку, розроблений додатковий Реєстр заборгованості платників за отриманими послугами, який має підвищити якість аналітичного обліку дебіторської заборгованості в умовах комунального підприємства.

Ключові слова: дебітори, дебіторська заборгованість, внутрішній контроль, бухгалтерський реєстр, аналітичний облік.

На сучасному етапі економічних перетворень в Україні, які характеризуються нестабільністю та загостренням соціально-економічних проблем, зниженням рівня добробуту людей, необхідно переосмислити підходи до обліку дебіторської заборгованості на комунальних підприємствах. На сьогодні функціонування комунальних підприємств характеризується дефіцитом грошових коштів і низьким рівнем платоспроможності споживачів послуг, що спричиняє зростання дебіторської заборгованості.

Одним із напрямів зниження рівня заборгованості за комунальні послуги, забезпечення оптимального співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості на комунальних підприємствах може стати підвищення надійності та ефективності системи внутрішнього контролю, зокрема, шляхом удосконалення системи обліку дебіторської заборгованості.

Методологічні засади формування інформації про дебіторську заборгованість в бухгалтерському обліку та її розкриття у фінансовій звітності в Україні регулюється чітко визначеним нормативом – П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [1], згідно з яким дебіторська заборгованість – це сума

заборгованості дебіторів на певну дату, а дебіторами є юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів.

На сьогодні на комунальних підприємствах проблема обліку дебіторської заборгованості полягає у недостатньому контролі за станом розрахунків зі споживачами задля недопущення прострочення термінів платежу та уникнення доведення заборгованості до стану безнадійної.

Контроль за відстеженням термінів погашення заборгованості реалізується завдяки веденню документів аналітичного обліку. Ці документи нормативно не регламентовані, оскільки визначається, що кожне підприємство має право на їх самостійну розробку [2].

Впровадження ефективної системи обліку дебіторської заборгованості та налагодження внутрішнього контролю за її станом та динамікою може знизити залежність комунального підприємства від позикових коштів без глобальних і сильно витратних перетворень його діяльності. Це у кінцевому підсумку має забезпечити оптимізацію величини дебіторської заборгованості та знизити потребу в залученні комунальним підприємством грошових коштів у вигляді термінових кредитів на здійснення поточної діяльності, що повинно призвести до зміцнення фінансового стану підприємства, зростання ефективності його діяльності та зменшення ймовірності настання негативних подій.

З урахуванням специфіки діяльності вітчизняних комунальних підприємств для підвищення інформативності обліку дебіторської заборгованості та забезпечення ефективного контролю за станом розрахунків зі споживачами послуг, у тому числі за простроченою заборгованістю, пропонується запровадити в системі аналітичного обліку додатковий довідковий документ – «Реєстр заборгованості платників за отриманими послугами». Даний аналітичний документ пропонується вести в розрізі кожного споживача послуг – юридичних та фізичних осіб, та складати на кожен місяць протягом року у формі комп'ютерного реєстру.

Реєстр заборгованості платників за отриманими послугами повинен містити в собі наступну інформацію:

- аналітичний код, який буде присвоєно кожному платнику підприємства за класифікаційною ознакою шляхом групування за категоріями споживачів;
- найменування платника із зазначенням відповідних реквізитів;
- дату виникнення заборгованості за кожним споживачем послуг та суму заборгованості за надані підприємством послуги за попередній період;
- операції за поточний період: заборгованість, що виникла за поточний період, суму та дату фактичного погашення заборгованості через банк та взаєморозрахунки;
- суму кінцевого залишку несплаченої та наявності простроченої дебіторської заборгованості за кожним платником.

Для забезпечення повноцінного функціонування запропонованого документу на комунальному підприємстві, у його комп'ютерному інформаційному середовищі має бути створена спеціальна комп'ютерна програма як окремий елемент або як вбудований додаток до існуючої комп'ютеризованої системи обліку (за її наявності). Використання спеціалізованого програмного забезпечення при формуванні та веденні запропонованого реєстру спростить виконання аналітичних процедур, дозволить здійснювати аналіз за обсягами дебіторської заборгованості за кожним споживачем, забезпечить оперативність пошуку інформації за аналітичним кодом кожного платника.

Таким чином, впровадження запропонованого додаткового аналітичного документу має надати змогу більш детально розглядати заборгованість при розрахунках зі споживачами, отримувати більш повну та розгорнуту інформацію про обсяги, структуру та динаміку дебіторської заборгованості, сприятиме посиленню контролю за станом розрахунків з дебіторами. Наочне відображення простроченої дебіторської заборгованості, час сплати за якою вже минув, дозволить забезпечити належний рівень оперативного контролю за її обсягами

та своєчасно проводити претензійні роботи зі стягнення прострочених сум.

Використання Реєстру заборгованості платників за отриманими послугами на вітчизняних комунальних підприємствах має підвищити інформативність обліку, якість загальної системи контролю та управління дебіторською заборгованістю на комунальних підприємствах, а, отже, підвищити ефективність їх діяльності.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 25.10.99 р. № 725/4018 із змінами (Редакція від 03.11.2020) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text> (дата звернення 9.04.2021 р.).

2. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XIV із змінами (Редакція від 14.11.2020) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 9.04.2021 р.).

Я.В. Сочивкина, студентка
Полесский государственный университет
(г. Пинск, Республика Беларусь)

ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА МАТЕРИАЛАХ УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «БРЕСТСКИЕ ТРАДИЦИИ»

Аннотация: в данной работе рассмотрена динамика показателей эффективности реализации продукции на материалах унитарного предприятия «Брестские традиции»; определены основные пути повышения рентабельности продаж и рентабельности продукции на предприятии.

Ключевые слова: динамика, эффективность, реализация продукции, рентабельность продаж, рентабельность продукции.

В современных условиях стабильный успех организации зависит от четкого и эффективного планирования им своей деятельности, регулярного сбора и обработки информации о состоянии рынков, собственных перспективах и возможностях, что позволяет ему вырабатывать стратегию и тактику финансово-хозяйственной деятельности [1].

Рентабельность показывает, насколько прибыльна деятельность организации, поэтому, чем выше коэффициент рентабельности, тем прибыльнее предприятие.

Для оценки эффективности реализации продукции используются такие показатели как рентабельность продаж и рентабельность продукции. Рентабельность продукции – очень важный для производственной организации показатель. Он как бы «встроен» в рентабельность продаж. Разница в том, что прибыль в этом случае надо соотносить не с выручкой, а с себестоимостью продукции. Рентабельность продукции показывает сколько организация получает прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции. Показатель рентабельности продаж рассчитывается как коэффициент, отражающий какую сумму прибыли получает организация с каждого рубля проданной продукции.

Рассмотрим динамику данных показателей, представленную в таблице 1 на

основе данных унитарного предприятия «Брестские традиции».

Таблица 1

Динамика показателей эффективности реализации продукции за 2018-2020 гг., тыс. р

Показатель	2018	2019	2020	Отклонения		Темп изменения, %	
				2019 от 2018	2020 от 2019	2019 от 2018	2020 от 2019
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	21 269	25 975	29 484	4 706	3 509	122,13	113,51
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	15 940	19 052	23 223	3 112	4 171	119,52	121,89
Расходы на реализацию	X	X	X	X	X	X	X
Управленческие расходы	604	744	851	140	212	123,18	114,38
Полная себестоимость реализованной продукции	16 544	19 796	24 074	3252	4 278	119,66	121,61
Прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг	4 725	6 179	5 410	1454	-769	130,77	87,55
Рентабельность продукции	28,56	31,2	22,47	2,65	-8,74	109,29	72,00
Рентабельность продаж	22,22	23,79	18,35	1,57	-5,44	107,08	77,13

По данным, предоставленным в таблице, видно, что рентабельность продукции в 2019 году по сравнению с 2018 увеличилась на 2,65 или на 9,29%. В 2020 году данный показатель составил 22,47, что ниже 2019 года на 38%.

Рентабельность продаж в 2019 году по сравнению с 2018 году выросла на 1,57 или на 7,08%. В 2020 году наблюдается снижение данного показателя на 5,44 или на 22,87% по сравнению с 2019 годом.

Таким образом, наблюдается общее увеличение уровня рентабельности продукции и рентабельности продаж на унитарном предприятии «Брестские традиции» в 2019 году и снижение данных показателей в 2020. Что характеризует рост эффективности предпринимательской деятельности в 2019 году и ее временное снижение в 2020.

Основными путями повышения рентабельности на предприятии могут быть:

- наращивание прибыли от реализации продукции путем увеличения наценки или улучшения маркетинговой стратегии;
- сокращение себестоимости продукции путем более тщательного подхода к закупке материалов или оптимизации затрат на персонал;
- применение в производстве результатов научно-технического процесса, ведущее к увеличению производительности труда и повышению качества продукции.

Список использованных источников:

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. URL: <https://economics.studio/finansovyiy-analiz/vvedenie24286.html> (дата обращения 08.04.2021).

*Научный руководитель: С.В. Невдах, старший преподаватель
Полесский государственный университет*

УДК 657:630

К.В. Тамара, здобувач СВО магістр
освітньо-професійної програми 071 Облік і оподаткування
спеціальності 071 Облік і оподаткування
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ОСНОВНІ ЗАСОБИ: ОСОБЛИВОСТІ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ

Анотація: Автоматизація обліку наявності й руху основних засобів і зносу (амортизації) об'єктів основних засобів є частиною автоматизованого облікового процесу необоротних активів, що охоплює широке коло господарських операцій. До яких належать: надходження основних засобів; ведення їх в експлуатацію; нарахування амортизації основних засобів; проведення їх модернізації та вибуття.

Ключові слова: облік, автоматизація обліку, основні засоби, амортизація, первинні документи.

Інформаційний масив щодо обліку основних засобів в автоматизованому програмному продукту «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0» забезпечує, як вимоги обліку, так і функції управління (відновлення основних засобів за їх матеріально-речовим складом і кількістю відокремлених об'єктів), при надходженні та реалізації яких приймаються відповідні облікові рішення.

Для деталізації положень, викладених у Наказі про облікову політику суб'єкта господарювання здійснюється налаштування параметрів обліку в частині обліку основних засобів автоматизованої програми «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0». Для узагальнення та збереження інформації щодо обліку основних засобів у програмі передбачено довідник «Основні засоби» (меню Довідники – «ОЗ і НМА» – «Основні засоби»), що не змінюються з часом і не залежать від специфіки суб'єкта господарювання при їх оприбуткуванні.

Для додавання у довідник відомостей про групу однотипних об'єктів основних засобів, що відрізняються лише інвентарними номерами, призначена форма «Групове створення ОЗ», де зазначається: група, до якої додаються нові елементи; код із початковою нумерацією елементів довідника, що додаються; кількість елементів; найменування елемента довідника.

Налаштування рахунку та аналітики витрат в обліку основних засобів (ремонт, модернізація, амортизація) у програмному продукті «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0» визначено одним із способів:

- за замовчуванням поточні витрати відносяться на статті витрат, на які відноситься амортизація об'єктів основних засобів. Рахунки і аналітика витрат визначаються способами відображення витрат із амортизації для основних засобів, що ремонтуються;

- встановлення позиції «Використовувати загальний спосіб відображення витрат», обирається із довідника «Способи відображення витрат» і зазначається у відповідному документі.

Для цілей податкового обліку у «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0» зазначається податкове призначення основних засобів, що визначає:

- чи використовується об'єкт основного засобу в оподатковуваних чи неоподатковуваних ПДВ операціях;

- чи є об'єкт основного засобу виробничим (чи використовується в господарській діяльності);

- вказується «Податкова група об'єкту основного засобу».

Водночас, у момент прийняття оприбуткування основного засобу може бути встановлено й інші параметри, зокрема: параметри нарахування амортизації; способи відображення витрат з амортизації (погашення вартості); матеріально-відповідальна особа; підрозділ та інші. Такі параметри можуть змінюватися впродовж періоду обліку основного засобу.

Амортизація на об'єкт основного засобу нараховується, починаючи з наступного місяця після того, в якому було встановлено ознаку нарахування амортизації. Зміна ознаки необхідності нарахування амортизації може бути виконана документами: «Введення в експлуатацію основних засобів»; «Зміна стану основних засобів» установка ознаки нарахування амортизації можлива у разі закінчення модернізації, виводу з консервації тощо. У документах «Списання основних засобів», «Підготовка до передачі основних засобів»,

«Передача основних засобів» – виконується зняття ознаки нарахування амортизації.

У автоматизованій програмі «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0» порядок електронного документування має наступний вигляд, рис. 1.

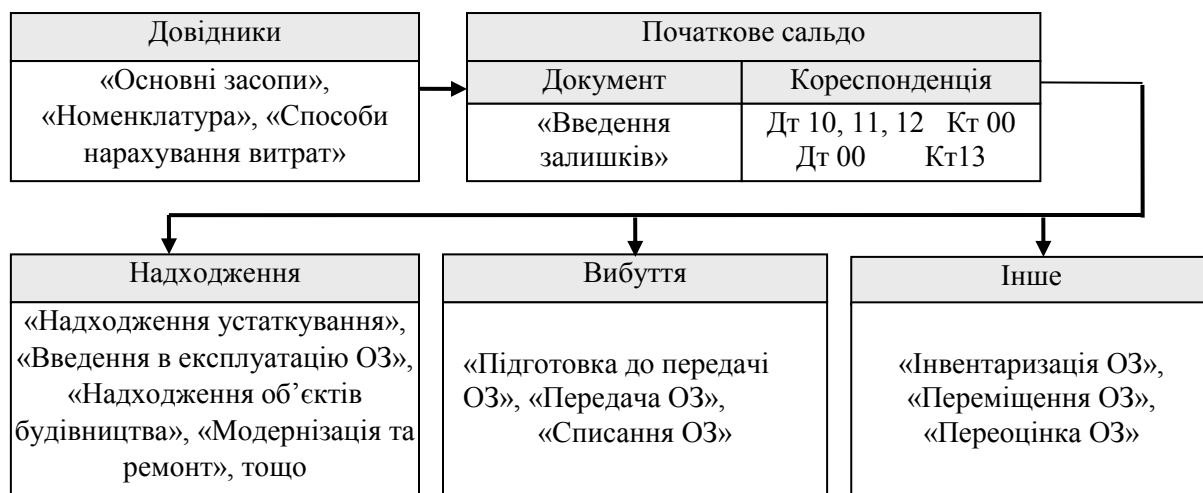


Рис. 1. Алгоритм автоматизації обліку основних засобів у «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0»

Для кожного об'єкту основного засобу встановлюється спосіб віднесення амортизаційних відрахувань на витрати підприємства. «Спосіб відображення витрат на амортизацію» включає одну аналітику витрат, на яку ставиться амортизація об'єкта, або кілька аналітик, між якими амортизація розподіляється. «Спосіб, який буде використовуватися для відображення витрат із амортизації основного засобу», повинен бути встановлений при введенні в експлуатацію основного засобу, і може бути згодом змінений за допомогою документа «Зміна відображення амортизації основних засобів» («ОЗ і НМА» – «Амортизація основних засобів» – «Параметри амортизації основних засобів»).

Для кожного об'єкту основного засобу зазначається способи нарахування амортизації для цілей бухгалтерського і податкового обліку. У «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0» реалізовані способи, передбачені бухгалтерським стандартом: прямолінійний спосіб; виробничий (тільки в бухгалтерському обліку); спосіб зменшення залишку; прискореного зменшення залишку; кумулятивний (за сумою чисел років); 100 % у перший місяць експлуатації; 50 % у перший місяць

експлуатації; 50 % під час списання.

У процесі повного зносу або за фактом псування основні засоби списуються з експлуатації. Для цього використовується документ «Списання малоцінних активів з експлуатації» (меню «ОЗ і НМА» – «Малоцінні активи» – «Списання МА з експлуатації»).

Для обліку основних засобів у програмі «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0» передбачено внутрішню, стандартну та регламентовану звітність.

Внутрішня (операційна) звітність призначена для поточного аналізу стану об'єктів обліку: «Картка рахунку 10», «Аналіз рахунку 10», «Картку рахунку за субконто 10», «Аналіз рахунку 10 за датою» та інші. До регламентованої звітності щодо обліку основних засобів відноситься: «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» та «Примітки до річної фінансової звітності» тощо.

Отже, автоматизація системи бухгалтерського обліку уможливорює істотно полегшити працю бухгалтера, позбавити його від трудомістких розрахунків, підвищити оперативність та точність облікової інформації. Найбільш ефективним, на нашу думку, є використання програмного продукту «1С: Підприємство 8.3. Редакція 2.0», що забезпечує більш повний спектр можливостей для ведення обліку з урахуванням нормативно-законодавчих змін.

Список використаних джерел:

3. Бузова О. М. Базові аспекти організації обліку основних засобів в інформаційному середовищі. *Наука і економіка*. 2019. №4 (32). С. 73 – 83.

4. Гнатюк А. А. Проблеми вибору оптимального методу амортизації основних засобів. *Інвестиції : практика та досвід*. 2014. № 2. С. 44 – 47.

*Науковий керівник: Л. В. Яловега, к.е.н., доцент
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія*

УДК 339.97

Танг Ци (Tang Qi) преподаватель
факультет экономики и управления
Хулунбуирский университет
(АРВМ, г. Хайлар, КНР)

ГЛОБАЛЬНАЯ ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КИТАЯ

Аннотация. В статье рассмотрено значение создания экономических коридоров, согласно инициативе «Один пояс, один путь» для развития глобальной логистической системы. Указаны положительные и отрицательные аспекты мегапроекта и пути дальнейшего выстраивания международных отношений нового типа.

Ключевые слова: логистика, шелковый путь, «Один пояс, один путь», экономический коридор, «мировое сообщество единой судьбы».

В настоящее время КНР имеет доли во многих фрагментах мировой логистики. Благодаря грамотной дипломатии, устанавливает хорошие отношения с мировыми лидерами и странами-технологами. Китай производит покупку, модернизацию или строит новые порты согласно установленных маршрутов и уже вошел в зону американских интересов. Транспортные экономические коридоры представлены на рис. 1.



Рис. 1. Направления реализации «Экономического Шелкового пути»

Положительные эффекты транспортных экономических коридоров [1]:

- использование транзитного потенциала стран;
- локализация сельскохозяйственной деятельности вдоль трансевразийских транспортных коридоров;

– развитие экспорта и усиление связанности внутриконтинентальных государств и регионов;

– эффективное распределение ресурсов и их использование.

Создание Китайско-Пакистанского экономического коридора способствует развитию сельского хозяйства и в особенности развитию рыбной отрасли в Пакистане. Но в 2018-2020 годах в данном экономическом коридоре появились вызовы в двух направлениях:

– вопросы имплементации проекта и их урегулирование;

– усиление региональных вызовов, тормозящие развитие данного проекта (нет внутривосточного согласия в Афганистане, меры США и Индии по блокировке ИПП, военно-политическая напряженность между Индией и Пакистаном).

Пакистан в 2021 году принял закон, в котором указан наднациональный орган, курирующий экономический коридор Китай - Пакистан стоимостью 50 миллиардов долларов. Пакистанская армия несет ответственность за обеспечение безопасности каждого финансируемого Пекином проекта

Особое место в плане экономического развития имеет экономический коридор Китай - Центральная Азия - Западная Азия, который охватывает Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Узбекистан, Туркменистан, Иран и Турцию.

Казахстан, благодаря созданию китайско-казахстанской транзитной логистической базы в Ляньюньгане, получил выход к Тихому океану.

Кыргызстан в числе первых официально подтвердил активное участие страны в возрождении Великого Шелкового пути. Большая часть подписанных документов регулирует отношения двух стран в сфере сельского хозяйства и АПК. Кыргызстан обладает хорошим экспортным потенциалом в таких секторах как, сельскохозяйственная продукция (мясо КРС, молочная продукция, сыры, овощи, фрукты, орехи, мед, фасоль). В Кыргызстане действуют 397 китайских предприятий и 170 совместных кыргызско-китайских предприятий.

Торгово-экономическое сотрудничество бурно развивается в Таджикистане. В настоящее время более 18 тысяч гектаров земель в Хатлонской области Таджикистана арендовали китайские фермеры на 49 лет [2].

Транспортные проблемы Ирана, являются наиболее приоритетным направлением Шестого пятилетнего плана развития Ирана (2017–2021 г.) и сочетаются с реализацией нового проекта «Нового Шелкового пути».

Турция, несмотря на торговые войны и экономические угрозы, защищает обслуживание рыночной экономики, международной торговли под справедливыми условиями и глобализацией. Турция является окном Азии в Европу и обладает современными портами и опытом логистического управления, что позволит ей успешно состыковаться с проектом «Морского Шелкового пути».

По экономическому коридору «Россия-Монголия-Китай» выполняется комплексная программа взаимодействия в сфере АПК в приграничных регионах трех стран. План направлен на улучшение сельскохозяйственной инфраструктуры и уровня обеспечения оборудованием, развитие науки и техники, увеличение объемов производства основных продуктов.

Продвижение экономического коридора «Китай-Юго-восточная Азия» имеет свою специфику по формированию «пояса добрососедства» по периметру границ с данными странами. Сближение КНР и стран юго-восточной Азии в экономической сфере развивается согласно проекта «Морской Шёлковый путь XXI века» (развитие морской инфраструктуры: портов, хранилищ, промышленных парков, пограничных таможенных пунктов и др.). В данном направлении выделяются группы стран как сторонников Китая, так и противников.

Перспективное развитие экономического коридора «Бангладеш-Китай-Индия-Мьянма» зависит от большого числа факторов местно-регионального и глобального уровней значимости.

В связи с форс-мажорными обстоятельствами (торговые войны, пандемии

«COVID-19» и др.), требуется корректировка проектов «одного пояса и пути».

Вместе с тем есть и отрицательные аспекты существующей модели соглашений проектов инициативы «Один пояс, один путь»:

– иностранный инвестор лишен возможности диктовать свои условия, поскольку он заранее согласен инвестировать огромные средства в принимающую страну;

– инфраструктурные проекты громоздки и привязаны к конкретному участку земли;

– нулевая экономическая ценность незавершённого строительства;

– инвестиционные риски с реализацией проектов в странах с политической и экономической нестабильностью, а также с низким качеством образования (инвестиции в физическую инфраструктуру способствуют экономическому росту при наличии высокого уровня человеческого капитала);

– многие страны-участники проекта не обладают базой знаний в сфере управления.

Пандемия коронавируса нарушила существующую логистическую систему поставок продовольствия. Карантин оказывает влияние на цепочки поставок, вместе с тем многие страны вводят ограничения на экспорт. ООН заявила об угрозе продовольственного кризиса и голода.

Сдерживающие факторы глобализации в логистике:

– снижение темпов роста в экономике;

– разрыв глобальных цепочек поставок;

– падение рыночного спроса на поставщиков;

– закрытие национальных экономик;

– снижение экспорта сельскохозяйственной продукции и блокировка поставок;

– замедление строительства транспортных экономических коридоров.

Пандемия коронавируса «COVID-19» создает логистические проблемы для экспортеров продовольствия. Принимаемые государствами дополнительные

меры безопасности приводят к сбоям в графиках отгрузок продукции.

Необходимые меры по предотвращению продовольственного кризиса;

– реализация мероприятий по сохранению, существующих звеньев поставок;

– ускоренная оцифровка логистической системы (Big Data, облачные технологии, электронные метки, GPS-слежение и т.п.). С 2017 года в Китае реализуется проект «Цифровой Шелковый Путь»;

– стандартизация и унификация информационных потоков, в обмене информацией между таможенными и фискальными органами;

– развитие системы производства по заказу (Make-to-Order);

– развитие логистики на национальном уровне.

Учитывая геополитические факторы, темпы построения глобальной логистической системы замедлятся. Исходя из исторического аспекта развития хозяйственной деятельности, ни одна страна в мире не может успешно развиваться в изоляции от других государств. Процветание каждой страны возможно лишь при активном сотрудничестве, взаимодействии с близкими соседями. Завершение глобальной логистической системы позволит выйти на новый уровень партнёрства, подразумевающий общее экономическое пространство на всём евразийском континенте, преодолевая экономические и биологические блокады.

Список использованных источников:

1. Сюэфен Ли, Ашмарина Т.И., Павлова И.М. Вектор развития «Цифрового шелкового пути» - Китай-Россия. *Образование и право*. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vektor-razvitiya-tsifrovogo-shelkovogo-puti-kitay-rossiya>

2. Ашмарина Т.И. Великий Шелковый путь и экологический блок развития сельских территорий. *Экономика сельского хозяйства России*. Выпуск: № 3. 2018. С. 71-74.

УДК 657

С. Тютюнник, к.е.н., доцент,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю;
Л. Сидоренко, здобувач вищої освіти ступеня магістр
спеціальності облік і оподаткування;
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ РОЗРАХУНКІВ З ДЕБІТОРАМИ

Анотація: розглянуто питання первинного, синтетичного та аналітичного обліку розрахунків із дебіторами, порядок визначення та відображення на рахунках бухгалтерського обліку курсових різниць.

Ключові слова: документування, первинний облік, аналітичний облік, курсова різниця, рахунок, дебітори.

У ринкових умовах стійкі відношення суб'єктів господарювання з партнерами залежать від рівня організації документообороту розрахунків з дебіторами. Раціональне документування обліку розрахунків з дебіторами є невід'ємною складовою інформаційної безпеки суб'єкта господарювання при роботі з контрагентами. У процесі господарської діяльності будь-якого суб'єкта господарювання виникають розрахунково-платіжні відносини, які повинні бути документально підтверджені, а саме первинними обліковими документами. Вони включають в себе інформацію про господарську операцію, яка здійснюється з дебіторами.

Документування операцій при веденні обліку є способом первинної реєстрації та юридичного оформлення операцій з контрагентами, тобто здійснені господарські операції оформляються через заповнення первинних документів. Дебітори – організації, яким суб'єкт господарювання відвантажує продукцію (покупці), або виконує роботи чи надає послуги (замовники). Договірні відносини з дебіторами оформляються через укладання договорів.

До первинних документів для організації обліку розрахунків з дебіторами відносять: укладені договори на поставку товарів, робіт, послуг; рахунок на оплату товарів (робіт, послуг); накладні, акти виконаних робіт; рахунки-фактури; акти звірки та акти інвентаризації розрахунків; копії платіжних документів.

Погашення заборгованості фіксується квитанцією ПКО або платіжним дорученням чи розрахунковим чеком для перерахування коштів з розрахункового рахунка покупця на рахунок постачальника. Проведення безготівкових розрахунків підтверджується випискою банку.

З метою своєчасного відображення інформації в регістрах обліку та обробки первинної документації складають графік документообороту як додаток до облікової політики. У нього включають перелік первинної документації, терміни її складання, список посадових осіб, які відповідальні за оформлення та затвердження.

З метою покращення роботи бухгалтера з обліку розрахунків з дебіторами доцільно розробляти технологічну сітку розподілу виконання облікових робіт, а також технологічну картку.

Дані про розрахунки з дебіторами за продукцію та товари які відвантажені, виконані роботи й надані послуги узагальнюються на рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» [1]. За дебетом рахунку показують продажну вартість продукції та товарів, які реалізовані, виконаних робіт, наданих послуг, що включає ПДВ, акцизний податок, а також податки, збори (обов'язкові платежі), які повинні бути перераховані до бюджетів та позабюджетних фондів та включені у вартість реалізації. За кредитом – показують платежі, які надійшли на рахунки суб'єкта господарювання в банківських установах, у касу, та інші види розрахунків. Сальдо рахунку показує заборгованість дебіторів за одержану продукцію (роботи, послуги). Залишки за рахунком на кінець звітного періоду наводять в розгорненому вигляді. По дебету – суми заборгованості дебіторів. По кредиту – суми передоплати, під які не відвантажена продукція, а також суми переоплат, під які не відвантажена продукція, а також суми переоплат, які потрібно повернути.

Аналітичний облік розрахунків з дебіторами ведуть з метою надання інформації про заборгованість, строк сплати за якою ще не настав, а також заборгованість, несплачену в строк. Його ведуть за кожним дебітором, за кожним

пред'явленим до сплати рахунком, за кожною операцією. З цією метою суб'єкт господарювання може вести картки аналітичного обліку на кожного дебітора або накопичувальну відомість довільної форми.

З метою деталізації інформації про стан заборгованості замовників пропонуємо включити додаткові субрахунки до рахунку 36: 365 «Розрахунки з вітчизняними замовниками» та 366 «Розрахунки з іноземними замовниками». В умовах введення карантинних обмежень широкого розповсюдження набула інтернет-торгівля. У зв'язку з цим, виникає необхідність доповнення до рахунку 36 субрахунків: 367 «Розрахунки з покупцями в умовах інтернет-торгівлі» та 368 «Розрахунки із замовниками в умовах інтернет-торгівлі». Також особливу специфіку мають операції з давальницькою сировиною та за товарообмінними операціями, для більш точного відображення їх в обліку, доцільно виділити окремий субрахунок: 369 «Розрахунки за операціями з давальницькою сировиною та товарообмінними операціями».

Одним із важливих моментів при відображенні на рахунках бухгалтерського обліку операцій із іноземними дебіторами (експортних операцій) є визначення та відображення курсових різниць. У відповідності до НП(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів», «курсова різниця – це різниця між оцінками однакової кількості одиниць іноземної валюти при різних валютних курсах» [2]. Об'єктами визначення курсових різниць є монетарні статті. Заборгованість дебіторів буде монетарною статтею, якщо першою подією буде відвантаження товару. Якщо ж першою подією був авансовий платіж, то заборгованість вважають немонетарною статтею та курсові різниці не визначаються. Розрахунок курсових різниць за монетарними статтями в іноземній валюті проводять на дату здійснення розрахунків та на дату балансу.

У бухгалтерському обліку визначені курсові різниці відображаються наступними проведеннями:

- відображено втрати від операційної курсової різниці в результаті погашення заборгованості дебіторів (якщо на дату погашення відбулося

зниження курсу НБУ) – дебет рахунку 945 «Втрати від операційної курсової різниці» кредит рахунку 362 «Розрахунки з іноземними покупцями»;

- втрати від операційної курсової різниці включено до фінансового результату – дебет рахунку 791 «Результат операційної діяльності» кредит рахунку 945 «Втрати від операційної курсової різниці»;

- відображено дохід від операційної курсової різниці в результаті погашення заборгованості дебіторів (якщо на дату погашення відбулося зростання курсу НБУ) – дебет рахунку 362 «Розрахунки з іноземними покупцями» кредит рахунку 714 «Дохід від операційної курсової різниці»;

- дохід від операційної курсової різниці включено до фінансового результату – дебет рахунку 714 «Дохід від операційної курсової різниці» кредит рахунку 791 «Результат операційної діяльності».

При відображенні в обліку експортних операцій необхідно враховувати, що надходження в іноземній валюті банк спочатку зараховує на окремий аналітичний балансовий рахунок 2603 «Розподільчі рахунки суб'єктів господарювання», а потім іноземну валюту перераховує на валютний рахунок суб'єкта господарювання.

Для відображення в бухгалтерському обліку надходжень в іноземній валюті є два підходи. За першим – в обліку не відображають надходження в іноземній валюті на розподільчому рахунку. За другим підходом – іноземна валюта, яка надійшла від нерезидента показується у складі активів на розподільчому рахунку. На нашу думку, другий варіант є більш методично вірним, так як Міністерством фінансів затверджений спеціальний субрахунок для обліку іноземної валюти на розподільчому рахунку 316 «Спеціальні рахунки в іноземній валюті». Надходження іноземної валюти від нерезидента за товар буде відображатися бухгалтерськими проведеннями:

- надійшла оплата від іноземного дебітора на розподільчий рахунок: дебет рахунку 316 «Спеціальні рахунки в іноземній валюті» кредит рахунку 362 «Розрахунки з іноземними покупцями»;

- перерахування іноземної валюти на поточний рахунок: дебет рахунку 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті» кредит рахунку 316 «Спеціальні рахунки в іноземній валюті».

У фінансовій звітності інформація про стан заборгованості дебіторів відображається у таких формах:

1. Форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)».
2. Форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності».

На нашу думку, доцільно у фінансовій звітності виокремити рядок: «У тому числі дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги іноземних дебіторів (рядок 1126)» для можливості проведення більш поглибленого аналізу щодо стану заборгованості дебіторів.

Таким чином, з метою удосконалення обліку розрахунків із дебіторами доцільним є включення додаткових субрахунків до рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» та виокремлення вписуваного рядка у форму № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» для відображення інформації про дебіторську заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги іноземних дебіторів.

Список використаних джерел:

1. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. №291 /Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (дата звернення: 06.04.2021).

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 10.08.2000 р. № 193 /Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00#Text> (дата звернення: 06.04.2021).

УДК 657:331.2

А. Хмельницька, студентка 4го курсу,
А. Колесніченко, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
(м. Харків, Україна)

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ОБЛІКУ

Анотація: в умовах глобалізації інформаційних технологій в галузі економіки особливого значення для забезпечення соціально-економічного розвитку набуває питання щодо розкриття особливостей формування та обліку заробітної плати

Ключові слова: система оплати праці, заробітна плата, облік, фінансові результати оплати праці

Обрання Україною курсу на євроінтеграцію обумовило стратегічну мету нашої країни, яка ґрунтується на «досягненні європейських стандартів життя» [1], що, в свою чергу, ставить завдання забезпечення основних державних соціальних стандартів та гарантій на рівні країн Європейського Союзу (ЄС).

При цьому, в умовах глобалізації інформаційних технологій в галузі економіки особливого значення набуває питання щодо забезпечення раціональності системи оплати праці [3]. На макрорівні це виражається у впливі її організації на стан суспільного й економічного прогресу, а також на діяльність держави в цілому. На макрорівні – наявна залежність кожного суб'єкта господарювання від окремих аспектів, алгоритмів та процедур побудови трудових відносин. Тому, виникає необхідність впровадження найдосконаліших форм і систем оплати праці, а також забезпечення правильного нарахування та своєчасної виплати заробітної плати працівникам.

Динаміка мінімальної заробітної плати в Україні протягом останніх п'яти років представлена в табл. 1.

Таким чином, протягом 2017-2021 років спостерігалось постійне збільшення мінімальної заробітної плати. Темп приросту в 2021 році складає 30% порівняно з минулим роком. В цілому за період з 2017 по 2021 рік мінімальна

заробітна плата збільшилася на 3300 грн, або на 103%.

Таблиця 1

Динаміка мінімальної заробітної плати в Україні

Рік	Місячний розмір МЗП, грн	Погодинний розмір МЗП, грн./год	Погодинний розмір МЗП, дол.	МЗП з вирахуванням податків, грн	Темп приросту, %
2017	3200	19,34	0,71	2576	-
2018	3723	22,41	0,82	2997	16,34
2019	4173	25,13	1,07	3359,3	12,1
2020	5000	29,20	1,03	4025	19,82
2021	6500	39,12	1,41	5232,5	30

Різні питання щодо обліку заробітної плати є предметом широкого переліку наукових досліджень українських учених, серед яких слід виділити роботи: Т. Гайдучок [3], Н. Дмитренко, А. Калини [4], М. Кравченко, О. Мельниченка, Н. Секіріної [2], Н. Папуши та Н. Шульги і Т. Мельник та інших. Проблеми, пов'язані з порядком та особливостями формування системи оплати праці, здійснення обліку та аналізу мінімальної заробітної плати продовжують залишатися в центрі уваги багатьох науковців.

Згідно з Законом України «Про оплату праці» від 24.03.1995 № 108/95-ВР, із змінами, заробітна плата – це винагорода у грошовій формі, яку роботодавець платить співробітнику за його працю відповідно до трудового договору. Обсяг заробітної плати залежить від ряду чинників, зокрема: трудомісткість та умови роботи, професійні якості та компетентність працівника, результати його праці та конкурентних позицій підприємства, на якому він працює тощо. Це, в свою чергу, обумовлює особливості при виконанні вимог і процедур щодо обліку заробітної плати на підприємстві.

Валиву роль у відтворенні сутності заробітної плати відіграє фактор суб'єктивності. Так, з позиції самого персоналу заробітна плата — це трудовий прибуток, який, з одного боку, отримується внаслідок реалізації своєї працездатності та, з іншого боку, потребує забезпечення необхідного відновлення робочої сили. При цьому, для компанії - це складова витрат на виробництво, яка входить до собівартості продукції, робіт (послуг), а також

стимул для матеріальної зацікавленості персоналу у досягненні найкращих фінальних результатів праці.

Заробітна плата в значній мірі визначає рівень життя населення, а також обумовлює соціальну рівновагу суспільства і в кінцевому результаті впливає на темпи і масштаби соціально-економічного розвитку країни [4, с. 213].

Однією з перших спроб зрозуміти економічну природу заробітної плати був погляд на неї з позиції «мінімуму засобів до існування». При зростанні доходів працівників поліпшуються умови їх існування, що призводить до приросту населення, та збільшення пропозиції на ринку праці. Що в свою чергу, призведе до зменшення заробітної плати, і подальшого скорочення пропозиції на ринку праці.

Отже, заробітна плата є складною соціально-економічною категорією економічної науки. Відмінності у визначенні сутності заробітної плати, які накладають відповідний відбиток на особливості її обліку, обумовлені специфікою соціально-трудова і соціально-економічних відносин на кожному етапі розвитку суспільства.

Список використаних джерел:

1. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року (Проект). URL: <https://www.sd4ua.org/wp-content/uploads/2015/02/Strategiya-stalogo-rozvytku-Ukrayiny-do-2030-roku.pdf>
2. Сєкіріна Н. В., Лобанов Н. В. Удосконалення організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємствах. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2012. №2. С. 34.
3. Гайдучок Т. С. *Облік розрахунків з оплати праці в умовах використання інформаційних технологій. Фінансова система України: проблеми та перспективи розвитку в умовах трансформації соціально-економічних відносин* : зб. тез доповідей міжнар. наук.-прак. конф., 16–18 трав. 2013 р. Сімферополь : ДІАЙПІ, 2013. С. 70–72.
4. Калина А. В. Розвиток соціально-економічної категорії «заробітна плата» та передумови для формування її гідного рівня. *Соціально-трудова відносини: теорія та практика*. 2017. № 1. С. 212-223.

УДК 657

Ціцька Н. Є., к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Малецька О. І., к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
(м. Дубляни, Україна)

ПЕРВИННЕ ОБЛІКОВО – АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ

Анотація: Досліджується та висвітлюється організація обліково – аналітичного забезпечення біологічного перетворення в рослинництві, зокрема при виробництві насіння олійних культур, як засобу оперативного управління основного виробництва з метою прийняття правильних і чітких управлінських рішень для підвищення ефективності та прибутковості олійно – жирової продукції.

Ключові слова. Бухгалтерських облік, олійні культури, витрати, первинні документи, документація.

В умовах сьогодення, ринок олійних культур в українських фермерських господарствах характеризується динамічним зростанням обсягів виробництва. Як наслідок, ці культури стали відігравати важливу роль в економіці сільгоспідприємств, забезпечуючи вагому частку їх прибутків. Відтак, без застосування сучасних технологій вирощування олійних культур, без наукового обґрунтування напрямів підвищення ефективності його виробництва, без ефективного оперативного управління не можна розраховувати на одержання високих урожаїв, на збільшення сум одержаного прибутку і на зростання рентабельності виробництва насіння олійних культур.

Зміна принципів економічних основ господарських відносин в Україні обумовила новий підхід до економічної інформації підприємств. Основним джерелом такої інформації традиційно є бухгалтерський облік. Необхідність досліджень виникла, на наш погляд, через доцільність оптимізації процесу документування в бухгалтерському обліку, як одного із напрямків удосконалення організації облікового - аналітичного забезпечення виробництва

продукції олійних культур.

Як і в будь-якій іншій галузі, облік у рослинництві має забезпечувати надання користувачам достовірних даних. Першочергово користувачів цікавить склад витрат, їх величина, методика обчислення собівартості сільськогосподарської продукції, вплив її величини на фінансовий результат. Тому важливим є забезпечення правильності бухгалтерського обліку витрат на виробництво продукції, облік її виходу (оприбуткування), калькулювання собівартості [1, с. 77]. Вирішення цих поставлених перед бухгалтерським обліком задач можливе лише при його правильній та чіткій організації.

Бухгалтерський облік починається з первинного документа. Тільки він є підставою для наступних записів на рахунках та реєстрах бухгалтерського обліку. Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV, стаття 9 «Первинні облікові документи та реєстри бухгалтерського обліку», та «Положенням про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку», затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 24 травня 1995 року №88, визначається порядок створення, прийняття і відображення у бухгалтерському обліку, а також зберігання первинних документів підприємствами, їх об'єднаннями та госпрозрахунковими організаціями (крім установ банків) незалежно від форми власності та специфіки установ і організацій.

Відповідно до Закону України про бухгалтерський облік первинний документ - документ, який містить відомості про господарську операцію (ст. 1 Закону) [3]. В попередній редакції Закону про бухоблік до 03.01.2017р. відмічалося, що первинний документ підтверджує здійснення господарської операції. Положення №88 (п. 2.1) відображає, що первинні документи - це документи, створені в письмовій чи електронній формі, які містять відомості про господарські операції, включаючи розпорядження та дозволи адміністрації (власника) на їх проведення [4]. Крім цього, про обов'язковість ведення обліку на підставі первинних документів наголошує також Податковий кодекс України:

«Для цілей оподаткування платники податків зобов'язані вести облік доходів, витрат та інших показників, пов'язаних з визначенням об'єктів оподаткування та/або податкових зобов'язань, на підставі первинних документів, реєстрів бухгалтерського обліку, фінансової звітності, інших документів, пов'язаних з обчисленням і сплатою податків і зборів, ведення яких передбачено законодавством» [2].

Отже, підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій є первинні документи. Господарські операції відображаються в бухгалтерському обліку методом їх суцільного та безперервного документування. Оформлення господарських операцій документами називається документацією або документуванням, яка є елементом методу бухгалтерського обліку

Як юридичні особи, фермерські господарства здійснюють свою діяльність відповідно до Закону України «Про фермерські господарства» від 19.06.2003 р. № 973-IV і необхідним фактом їх господарювання є обов'язкова і суцільна реєстрація фактів господарської діяльності фермерського господарства у відповідних формах первинних документів з дотриманням вимог Положення № 88. Лише для мікро-фермерських господарств дозволяється використовувати просту форму бухгалтерського обліку без застосування подвійного запису, проте, з належним хронологічним і систематичним відображенням господарських операцій у рекомендованих реєстрах, книгах, журналах.

Для обліку витрат і виходу продукції рослинництва, а зокрема, продукції олійних культур, сільськогосподарські формування використовують велику кількість первинних документів як типової, так і спеціалізованої форм. Крім того, для документування господарських операцій вони подеколи можуть використовувати й самостійно розроблені бланки первинних документів, які мають містити усі обов'язкові реквізити. Про цей момент обов'язково має бути обумовлено в Наказі про облікову політику.

Доцільно відмітити, що оприбуткування готової сільськогосподарської продукції здійснюється на основі первинної документації, яка була затверджена

ще Мінсільгосппродукту колишнього Радянського Союзу, що є недопустимим і значно ускладнює працю облікових працівників. В процесі реформування бухгалтерського обліку, за часів незалежної України було розроблено і введено в дію ряд нових форм первинних документів. Такими, відносно новими формами, є документи для обліку наявності і руху основних засобів, виробничих запасів та біологічних активів, затверджені Міністерством аграрної політики України.

В табл. 1 відображено перелік первинної документації з обліку витрат і виходу продукції олійних культур.

Таблиця 1

Первинне документальне забезпечення обліку витрат на біологічне перетворення насіння олійних культур

Статті витрат	Назва первинного документа
Заробітна плата: за вироблену продукцію за обслуговування обладнання - преміювання за виконання показників	Табель обліку робочого часу Наряд на відрядну роботу Обліковий листок тракториста - машиніста Розрахунок нарахування заробітної плати
Сировина, матеріали, добрива, насіння	- Лімітно – забірна картка на одержання цінностей - Накладна (внутрігосподарського призначення) - Акт витрати насіння і садивного матеріалу - Акт на використання мінеральних, органічних добрив, гербіцидів та отрутохімкатів
Додаткові матеріали	- Лімітно – забірна картка на одержання цінностей Накладна (внутрігосподарського призначення)
Вартість малоцінних і швидкозношуваних предметів	- Лімітно – забірна картка на одержання цінностей - Накладна (внутрігосподарського призначення) - Акт на списання МШП
Амортизація основних засобів	- Розрахунок нарахування амортизації на основні засоби
Послуги допоміжних виробництв	Подорожні листи вантажних автомобілів Звіт про використання електроенергії
Інші витрати	- Видаткові касові ордери - Звіт про використання коштів наданих під звіт
Вихід продукції	- Реєстр відправки зерна та іншої продукції з поля - Акт на сортування і сушіння продукції рослинництва - Відомість руху продукції - Товарно – транспортна накладна

Отже, первинні документи – це фундамент і основа всього бухгалтерського обліку. Дані з первинних документів (особливо якщо вони мають грошовий вимірник) є надто важливими для бухгалтерського, податкового та управлінського обліку, а також для складання всіх форм звітності.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Н.В., Різченко Н.М. Особливості обліку витрат та виходу продукції рослинництва. *Економіка та держава*, №11, 2019. С. 76 – 82. URL: <https://duckduckgo.com/?t=ffnt&q>.
2. Податковий кодекс України : за станом на 1 квітня 2011 р. / Верховна Рада України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України (із змінами і доповненнями №2756-VI (2756-17) від 02.12.2010). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
4. Про документальне забезпечення записів в бухгалтерському обліку: Положення від 24 травня 1995 року № 88. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc12.nsf/link1/T312500.html

УДК 657.2

Ширма Виктория Геннадьевна, студентка
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(г. Минск, Республика Беларусь)

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В статье уточнены отдельные вопросы бухгалтерского учета категории запасов. Рассмотрены изменения, происходящие в бухгалтерском учете в условиях развития цифровых технологий. Описывается структура этих технологий, основные принципы работы, а также анализируются преимущества и недостатки.

Ключевые слова. Бухгалтерский учет, запасы, информационные технологии, облачные технологии, блокчейн

В современных условиях развития рыночной экономики возникает объективная потребность в повышении качества бухгалтерской учетной информации, в особенности в учете, такой обширной категории активов, как запасы. Именно они обладают высокой степенью ликвидности и способны принести организации приток денежных средств за короткий промежуток времени. Запасы выступают одной из важнейших частей хозяйственной деятельности организации и являются элементом для определения финансового состояния организации, ее экономического потенциала из-за того, что их удельный вес в структуре активов предприятий занимает существенную часть.

В настоящее время идет активное внедрение автоматизации учета материально-производственных запасов, что призвано упростить труд бухгалтеров, позволяет оптимизировать деятельность предприятия и ускорить принятие управленческих решений.

Существуют различные классификации автоматизированных систем бухгалтерского учета: по степени охвата задач учета, по набору признаков, построения информационной модели учета, способу построения программной среды, по размеру хозяйствующего субъекта, по объему функций и др.

При автоматизации учета материально-производственных запасов используются следующие виды программных средств:

1) Неспециализированные прикладные программы, позволяющие анализировать данные. К примеру – Microsoft Excel;

2) Специализированные программные продукты. Среди них можно выделить: «1С: Бухгалтерия», «Инфо-бухгалтер», «Галактика», «БЭСТ» и др.

3) интегрированные ERP-системы (enterprise resource planning system) управления предприятием. Их особенностью является информационно-аналитическое обеспечение потребностей необходимых для принятия управленческих решений на различных уровнях. В большинстве западных ERP-систем управление запасами реализуют с помощью технологий SIC (Statistical Inventory Control). В них используют статистические методы с целью моделирования спроса и времени восполнения товарных запасов (для производственных запасов – с учетом времени на их изготовление) [1, с. 246].

Самой широко распространенной программой среди автоматизированных информационных систем бухгалтерского учета является программа «1С: Бухгалтерия». Бухгалтерский учет материалов в «1С: Бухгалтерия», ред. 8.3 ведется на субсчетах, подчиненных счету 10 «Материалы». Они имеют субконто «Номенклатура», также для большинства этих счетов возможно включение субконто «Партии» и «Склады». В разрезе субконто осуществляется аналитический учет. На данный момент, именно этот программный продукт способен в полной мере отражать количественные и стоимостные показатели необходимые для принятия управленческих решений. Благодаря этому учетно-аналитическая система использования материально-производственных запасов может быть сформирована по принципу сбора и обработки данных следующим образом:

1) Оперативные документы (Используются следующие методы анализа: сравнение с нормативом по внешнему оформлению, проверка достоверности данных, логическая оценка показателей);

2) Журнал регистрации хозяйственных операций (Методы: проверка хронологии записей, сравнение данных журнала с данными первичных учетных документов, группировка фактов хозяйственной жизни по видам и адресатам)

3) Факты хозяйственной жизни по счетам (Методы: группировка операций по счетам, оценка операций влияющих на сальдо)

4) Учетные регистры (журналы-ордера, ведомости) (Методы: сравнение соответствия данных, приведенных в регистрах, оценка конечных данных по каждой записи)

5) Главная книга (Методы: оценка сводных данных по сгруппированным счетам)

6) Баланс и приложения к нему (Методы: сравнительный анализ динамики и структуры частей баланса, расчет и оценка коэффициентов финансового положения и состояния, деловой активности, рентабельности, проведение факторного анализа использования ресурсов и т.д.)

Недостатками программы «1С: Бухгалтерия» являются:

- для некоторых видов деятельности необходима специальная версия;
- невозможность ведения учета в динамике;
- затруднен поиск ошибок, сделанных в процессе работы;
- сложность в освоении, поэтому необходимо обучение [2, с. 197-198].

Кроме вышперечисленных программных продуктов существуют так называемые облачные технологии, но они только начинают внедряться в бухгалтерский учет. Компании-разработчики бухгалтерских программ адаптируют в структуру новые технологии к своим программным продуктам программы. Например, фирма «1С» разработала новую версию программы – так называемую «облачную бухгалтерию 1С».

Ее достоинства:

- доступность, т.е. пользователь может «вытащить» информацию из облачных хранилищ с любого устройства, имеющий выход в интернет;
- мобильность, т. е. нет привязки к какому-то определенному устройству;

— экономичность, т. е. не нужно покупать дорогостоящие компьютеры с определенным ПО, а также нанимать специалистов по их обслуживанию;

— арендность, т. е. пользователь платит только за тот пакет услуг, которым он пользуется.

Недостатки:

— недостаточно разработана система защиты информации;

— отсутствие интернета сделает информацию, хранящуюся в облаке, недоступной для пользователя;

— потеря информации означает невозможность ее восстановления [2, с. 199-200].

Большим ресурсом в настоящее время обладает технология блокчейн, которая представляет собой цифровой регистр или базу данных, хранящуюся в виде системы блоков, где каждый последующий блок содержит в себе зашифрованную информацию о предыдущих блоках, т.е. о совершенных транзакциях (хэшах — коротких результатах шифрования предыдущего блока, записывающихся в хронологическом порядке и просматривающихся всеми, у кого есть доступ к базе данных) [3, с. 246].

Ее достоинства:

— сокращение количества ошибок — при попадании данных в блокчейн интеллектуальные контракты делают многие учетные функции автоматическими, уменьшая вероятность человеческой ошибки;

— снижение затрат — блокчейн приведет к повышению эффективности работы бухгалтера и уменьшению количества ошибок, что в среднесрочном периоде будет способствовать снижению затрат на ведение бухгалтерского учета и проверку его корректности;

— уменьшение вероятности мошенничества — чтобы изменить запись в блокчейне, необходимо сделать одно и то же изменение для всех копий распределенной сети в одно и то же время, что практически почти невозможно;

— ведение оперативного учета в режиме реального времени.

Недостатки:

- отсутствие нормативно-правового регулирования;
- отсутствие специалистов с необходимой квалификацией;
- наличие постоянного бесперебойного Интернет-соединения.

Развитие информационных технологий повышает качество и оперативность бухгалтерского учета, расширяет круг возможностей современных бухгалтеров, позволяет улучшить результаты их работы, снизить количество ошибок. В настоящее время наряду со ставшими уже традиционными специализированными программными продуктами появляются современные интернет-сервисы, которые позволяют производить все бухгалтерские операции онлайн, банки и портфели информационных технологий, внедряемые в повседневную работу бухгалтеров.

В связи с активным развитием информационных технологий и цифровизации экономики происходит расширение экономического пространства. Эти изменения приводят к трансформации бухгалтерского учета, в соответствии с новыми потребностями, что обуславливает необходимость усовершенствования понятийного аппарата, разработку нормативно-правовых документов, инструкций и положений по учету в новой цифровой экономике.

Список использованных источников:

1. Браткова, О. А. Управление запасами на предприятии в условиях цифровизации экономики. *Молодой ученый*. 2020. Вып. 14 (304). С. 246-247.
2. Кузнецова Н.В., Ходячих В.А., Курбаналиев Т.И. К вопросу об автоматизации бухгалтерского учета материально-производственных запасов. *Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий*. 2017. Вып. 79(3). С. 194-202
3. Баев А. А., Левина В. С., Реут А. В., Свидлер А. А., Харитонов И. А., Григорьев В. В. Блокчейн-технология в бухгалтерском учете и аудите. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/blokcheyn-tehnologiya-v-buhgalterskom-uchete-i-audite> (Дата обращения: 08.04.2021).

УДК 657

С.Ю. Щербатюк, к.э.н., доцент,
декан факультета бухгалтерского учета
Учреждение образования «Гродненский государственный аграрный
университет»
(г. Гродно, Республика Беларусь)

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОДДЕРЖАНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация: Автором обоснованы организационно-методические аспекты эффективной системы управленческого учета в сельскохозяйственных организациях, что позволило определить направления модификации их учетной политики в условиях кризисного состояния, применить системно-критериальный подход к диагностике кризисных состояний, разработать методику интегрированного контроля целевых параметров поддержания финансовой устойчивости, а также сформировать инструментально-методическое обеспечение выявления рисков неплатежеспособности сельскохозяйственной организации на основе мониторинга обязательств.

Ключевые слова: учетно-аналитическое обеспечение, управленческий учет, диагностика кризисных ситуаций, интегрированный контроль, мониторинг обязательств.

Проблема недостаточности качественного управленческого информационного ресурса проявляется как на уровне субъекта хозяйствования, так и на уровне административно-территориальной единицы (района, области) в случае наступления финансовой несостоятельности сельскохозяйственной организации и необходимости реализации не только экономического аспекта восстановления финансовой устойчивости, но и правовых аспектов финансового оздоровления. Таким образом, нужен специальный комплекс информационного обеспечения, позволяющего осуществлять оперативный мониторинг финансово-экономического состояния подчиненных им сельскохозяйственных организаций, своевременно выявлять кризисные явления и определять возможное их влияние на деятельность хозяйств в обозримом будущем, а также вырабатывать стратегические направления повышения их финансовой устойчивости в долгосрочном периоде.

Сформированная нами архитектура учетно-аналитической системы для целей кризис-менеджмента ориентирована на реализацию его экономического и правового аспектов. Принимая во внимание, что правовые аспекты являются вынужденными последствиями неэффективных управленческих решений, учетно-аналитическое обеспечение рассматривается трех-аспектном формате (рисунок 1): в отношении управленческих решений, уже принятых и реализованных (здесь используется специфический инструментарий на основе методик бухгалтерского учета – *ретроспективный* аспект) либо ожидаемых в обозримом будущем (*перспективный* аспект), которые прямо или опосредованно влияют на финансовую устойчивость и риск банкротства организации; в отношении управленческих решений, прогнозируемых к реализации в будущем: поскольку антикризисное управление имеет своей целью укрепить финансовое состояние организации, учетно-аналитическая система призвана генерировать такую информацию, которая позволит принять стратегические управленческие решения, основываясь на прогнозных оценках, и покажет вероятный эффект их влияния на финансовую устойчивость и риск банкротства организации (*прогнозный* аспект). Соответственно, реализация ретроспективного аспекта антикризисного решения будет отражаться системой финансового учета и в конечном итоге находить выражение в показателях финансовой (бухгалтерской) отчетности.

Условные события и факты лежат вне рамок финансовых показателей, но указывают на риск их изменения в результате наступления соответствующих событий, признаваемых на текущий момент условными (*перспективный* аспект). Что касается прогнозного аспекта, то его отражение возможно только управленческой контрольно-аналитической системой.

Было установлено, что в связи с необходимостью реализации правовых аспектов антикризисного управления расширяется не только спектр фактов хозяйственной деятельности (неспецифичных для обычной деятельности субъектов, например, прекращаемая деятельность) и, как следствие – появляются новые неспецифические объекты учета (например, предприятие как

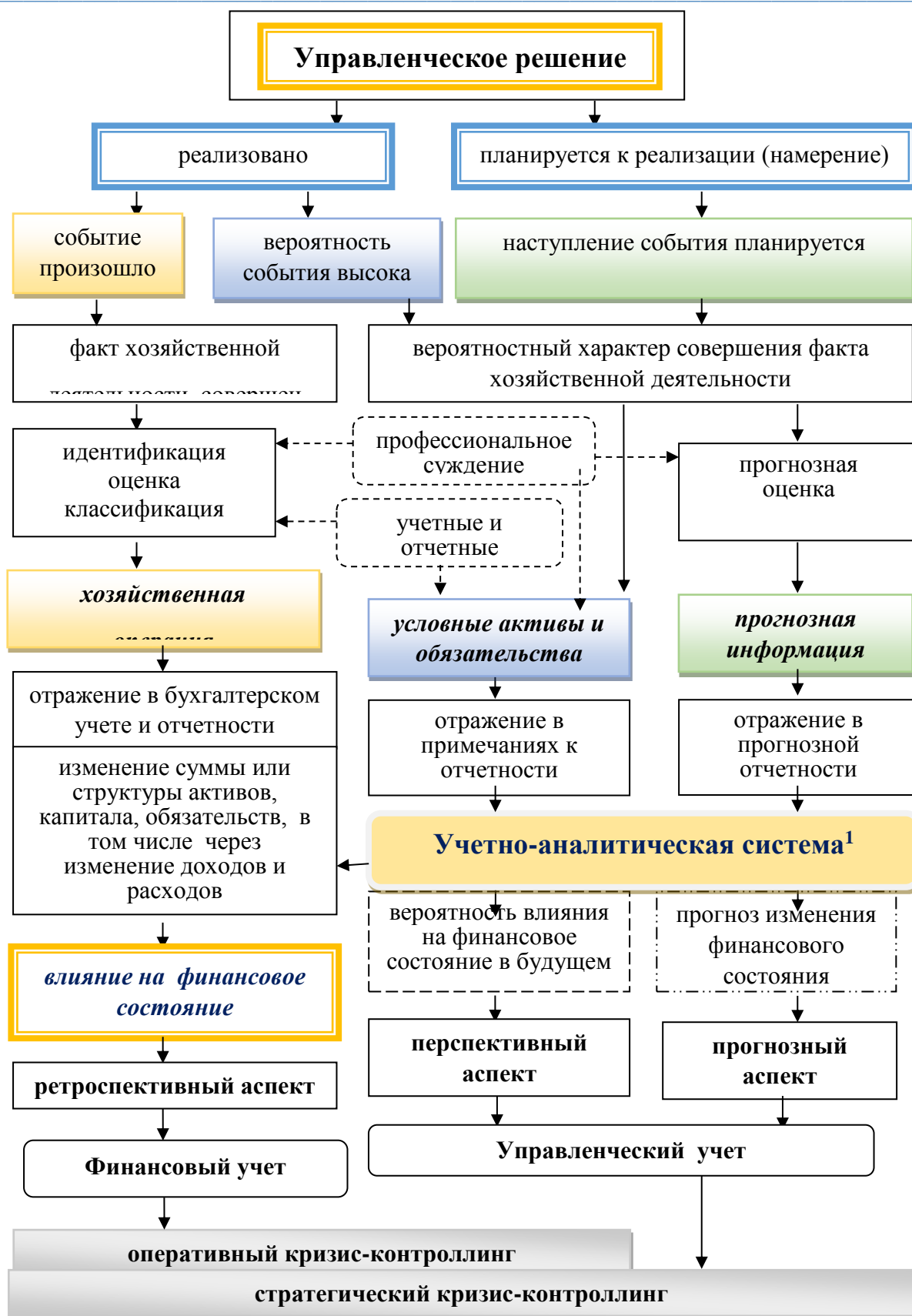


Рисунок 1 – Отражение учетно-аналитической системой динамики финансового состояния организации как результата управленческих решений

Примечание: ¹ учетно-аналитическая система трансформирована для удовлетворения информационных запросов оперативного и стратегического контроллинга;

²источник информации – собственная разработка

имущественный комплекс, конкурсная масса и др.), дополнительные хозяйственные операции (например, замещение активов организации, продажа предприятия как имущественного комплекса, реструктуризация задолженности и др.), но наряду с этим возникают дополнительные пользователи аналитической информации (например, временный управляющий либо антикризисный управляющий, собрание кредиторов) и расширяются информационные запросы (например, при планировании мероприятий по финансовому оздоровлению). Поэтому реализация антикризисной бизнес-стратегии создает дополнительную нагрузку на учетно-аналитическую систему, которая связана: (а) со стандартными учетными процедурами (отражение дополнительных хозяйственных операций; подтверждение фактического размера и оценкой имущества и обязательств организации; проведение заключительных учетных процедур при составлении разделительных, ликвидационных балансов); (б) аналитическими процедурами (анализ финансового состояния, анализ структуры обязательств, оценка достаточности покрытия долгов, оценка степени фактического их погашения, анализ при составлении планов досудебного оздоровления и санационных планов); (в) контрольными процедурами (контроль за обеспечением сохранности имущества организации, контроль фактов преднамеренного банкротства; контроль реализации мероприятий в ходе досудебного оздоровления, санации и ликвидации на основе соответствующих планов; контроль удовлетворения требований кредиторов; контроль соблюдения критериев платежеспособности и др.).

При этом генерируемая информация должна обладать соответствующими качественными атрибутами, поскольку на ее основе принимаются судьбоносные для бизнеса решения (возможное оздоровление, направленное на его сохранение, либо ликвидация). В этой связи возрастает роль *учетной политики*, которая подлежит трансформации в целях антикризисного управления, что обусловлено экономико-правовыми предпосылками и связано с тремя проблемами: (а) оценкой (evaluation); (б) прекращением (resiliation); (в) зачетом (netting). Для разрешения указанных проблем рекомендовано модифицировать учетную политику сельскохозяйственной организации следующим образом: включать

управленческий аспект, то есть трансформировать ее для целей управленческого учета; предусмотреть методологические особенности, вызванные реализацией правовых процедур финансовой несостоятельности: корректировка (вплоть до полного исключения) такого принципа бухгалтерского учета как непрерывность деятельности в связи с реализацией мероприятий по восстановлению платежеспособности в процедурах досудебного оздоровления и санации, а также ликвидации; повышение значимости формального признака при документировании хозяйственных операций в связи со значимыми юридическими действиями временного или антикризисного управляющего; усложнение системы документационного обеспечения и отчетности, в том числе за счет необходимости формирования неспецифических для обычной деятельности отчетов временного или антикризисного управляющего; повышение значимости инструментария контрольно-аналитической системы для мониторинга выполнения мероприятий по восстановлению платежеспособности в процедурах досудебного оздоровления и санации, а также показателей соответствующих планов).

Список использованных источников:

1. Shłharbatsiuk S., Pylylpenko K., Papkovskaya P. (2020) The Counterparty Assessment Mechanism in the Receivables Management System of Agricultural Organizations in the Republic of Belarus and the Ukraine. *Problems of World Agriculture*, 2020, 20(2), 37–50; DOI: 10.22630/PRS.2020.20.2.11 UKR: [http://sj.wne.sggw.pl/pdf/PRS_2020_T20\(35\)_n2.pdf](http://sj.wne.sggw.pl/pdf/PRS_2020_T20(35)_n2.pdf)

2. С. Ю. Щербатюк, Н. В. Трутнева, Е. А. Пилипенко. Использование информационных ресурсов для оценки надежности контрагентов в Республике Беларусь И Украине. ГГАУ. *Сборник научных трудов. Сельское хозяйство – проблемы и перспективы. Том 50. Экономика (вопросы аграрной экономики)*. Гродно. 2020. С. 295-304. URL:<https://www.ggau.by/prints/konferency/5533-selskoe-khozyajstvo-problemy-i-perspektivy-ekonomika-tom-50>

УДК 657

Яковец А. Ю., студентка
Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь

ВНУТРЕННИЙ АУДИТ И ВНЕШНИЙ АУДИТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ : ОБЩИЕ ПРИЗНАКИ И ОТЛИЧИЯ

Аннотация: аудит приобретает все большее значение для решения насущных проблем привлечения инвестиций, укрепления финансов и подъема экономики страны. В данной статье рассмотрены теоретические аспекты аудита и его классификация по способу проведения. Приведена сравнительная характеристика элементов внутреннего и внешнего аудита.

Ключевые слова: аудит, классификация аудита, внутренний аудит, внешний аудит, контроль.

Аудит получил широкое распространение как независимый финансовый контроль, осуществляемый в целях установления достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также оказания иных аудиторских услуг по постановке и ведению бухгалтерского учета, составлению деклараций о доходах, консультированию в вопросах финансового, налогового, банковского и иного хозяйственного законодательства. В таком качестве аудит служит интересам не только собственников, но и государства.

По мере развития аудита, роста профессионализма аудиторов и накопления ими опыта работы идет наращивание аудиторских услуг и не только по налоговым и юридическим вопросам, но и по вопросам, касающимся выработки более эффективных систем управления и хозяйствования. Однако в экономической литературе существуют различные подходы к определению понятия «аудит», которые представлены в табл.1.

Таблица 1

Экономическая сущность понятия «аудит»

Источники	Сущность
Экономический словарь [1]	независимая проверка деятельности отдельно взятой организации с целью изучения достоверности финансовой отчетности компании. Данной процедуре подвергаются также все процессы, проходящие внутри фирмы, производимые продукты, а также реализуемые проекты
Американская ассоциация по	системный процесс получения и оценки объективных данных об

бухгалтерскому учету [2]	экономических действиях и событиях, устанавливающий уровень их соответствия определенным критериям и представляющий результаты заинтересованным пользователям
О. П. Гришанова [3]	внешний контроль за деятельностью предприятия, осуществляемый независимыми дипломированными специалистами
Р. П. Бульга [4]	проверка экономического здоровья организации
В. А. Танков [5]	вид управленческой деятельности, сводящийся к независимому финансовому контролю ведения бухгалтерского учета

Таким образом, из вышеприведенной таблицы, следует, что в экономической литературе отсутствует единство мнений относительно раскрытия понятия «аудит». Рассмотрев различные подходы к определению данного понятия, по мнению автора, аудит - это предпринимательская деятельность, подразумевающая независимую проверку финансовой отчетности организации дипломированными специалистами с целью выражения мнения проверяющих лиц о достоверности и соответствии законодательным требованиям этой отчетности.

С точки зрения классификационных признаков по способу проведения различают внешний и внутренний аудит. Так, внешним аудит представляет собой аудит, проводимый независимыми аудиторами, имеющими квалификационный аттестат аудитора на основе заключенного договора оказания аудиторских услуг.. Внутренний аудит - аудит, созданный внутри организации по распоряжению руководства и осуществляющий контроль за финансово-хозяйственной деятельностью субъекта хозяйствования. Сравнительная характеристика элементов внутреннего и внешнего аудита приведена в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительная характеристика элементов внутреннего и внешнего аудита

Элементы	Внешний аудит	Внутренний аудит
Сущность	вид аудиторской проверки, который осуществляется независимыми аудиторами или аудиторскими компаниями на основании договора	независимая контрольная деятельность, предоставляющая реальную картину функционирования экономического субъекта, на базе которой создаются экспертные оценки об итогах его деятельности
Цели	определяется законодательством	определяется руководством

	по аудиту: оценка достоверности финансовой отчетности и подтверждение соблюдения действующего законодательства	предприятия: оценка эффективности функционирования системы управления предприятием. Она достигается в процессе контроля со стороны специального органа, создаваемого на предприятии
Задачи	установление достоверности финансовой отчетности проверяемых объектов; разработка рекомендаций по устранению имеющихся недостатков; улучшение финансово-хозяйственной деятельности и коммерческих результатов	анализ изменений в результате политических событий внешнеэкономической ситуации; прогнозирование убытков от потери одних экономических партнеров и необходимости поиска предприятием иных поставщиков и покупателей
Объект	главным образом система учета и отчетности предприятия	решение отдельных функциональных задач управления, разработка и проверка информационных систем предприятия
Субъекты	независимые эксперты, имеющие соответствующий аттестат и лицензию на право заниматься этим видом предпринимательства	сотрудники, подчиненные руководству предприятия и находящиеся в штате предприятия
Методы проведения	используемые методы имеют много сходного, особенно в плане анализа систем внутреннего контроля и применения выборочных проверок при аудиторском требовании. Различие — в деятельности и точности проверок	

Данные табл. 2 свидетельствуют о том, что рассмотренные виды аудита несмотря на существующие общие признаки, имеют значительные различия. По мнению автора, это, прежде всего, различия в уровнях независимости. Органы внутреннего аудита, по сравнению с внешним, создаются на самом предприятии, подчиняются его руководству и находятся полностью на его содержании. Различия между внутренним и внешним аудитом вытекают также из основных задач. Если основной задачей внутреннего аудита является подготовка информационных материалов о финансово-экономическом состоянии данного предприятия для руководства, то главная задача внешнего аудита подготовка соответствующего заключения для внешних заинтересованных пользователей акционеров, инвесторов, налоговой службы, банков, партнеров по бизнесу, органов власти. Внутренний аудит, является составной частью внутрихозяйственного контроля на предприятии, осуществляется непрерывно.

Однако, автор считает, что, имея различия, внутренний и внешний аудит во

многим дополняют друг друга и направлены на повышение результативности и успешности деятельности экономического субъекта.

Список использованных источников:

1. Виды аудита [Электронный ресурс]. // Словарь экономических терминов – Режим доступа: <https://bankspravka.ru/bankovskiy-slovar/audit.html>. – Дата доступа: 09.04.2020.
2. Алборов Р.А., Концева С.М. Практический аудит. М.: Издательство «Дело и сервис», 2011. 304 с.
3. International Auditing Practices Committee (IAPC) of the International Federation of Accountants The audit of international commercial banks/ IAPC. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bii.org/> это внешний контроль за деятельностью предприятия, осуществляемый независимыми дипломированными специалистами [s.org/. Дата доступа: 09.04.2021.
4. Булыга Р. П., Андропова А. К., Бровкина Н. Д. Аудит. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
5. Танков В. А. Аудит. М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, Юриспруденция, 2014.
6. Данилкова, С. А. Актуальные проблемы состояния и развития внутреннего аудита в Республике Беларусь. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ : научно-практический журнал. 2020. № 1 (277). С. 18-22.
7. Данилкова, С.А. Становление и развитие внутреннего и внешнего аудита. Потребительская кооперация Республики Беларусь накануне XIV съезда : сборник научных работ участников межвузов. науч.-практ. конф., Гомель, 7-8 апреля 1999 г.: в 2-х ч. / Гомельский кооперативный институт Белкоопсоюза; [редкол. : Л.В. Мясникова]. Гомель: ГКИ, 1999. Ч. 2. С. 82-86.

УДК 657

Л. В. Яловега, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
О. В. Лега, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Т. Б. Прийдак, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ДАВАЛЬНИЦЬКА СИРОВИНА: ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ В УМОВАХ АВТОМАТИЗОВАНОГО ОБЛІКУ

Анотація: Давальницькі схеми мають певні переваги порівняно із звичайною переробкою сільськогосподарської продукції, зокрема в частині виникнення податку на додану вартість, оскільки дещо по-іншому розподіляються податкові наслідки між сторонами-партнерами. Автоматизація обліку давальницької сировини, базується на документуванні, що охоплює широке коло господарських операцій як у переробника, так і у замовника та розкриває актуальність теми даного дослідження.

Ключові слова: облік, автоматизація обліку, переробка, давальницька сировина, переробник, замовник.

Відповідно до п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України, давальницька сировина – це сировина, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі вироби, енергоносії, що є власністю одного суб'єкта господарювання (замовника) і передаються іншому суб'єкту господарювання (виробнику) для виробництва готової продукції, з подальшим переданням або поверненням такої продукції або її частини власникові або за його дорученням іншій особі [2].

Особливість операцій із давальницькою сировиною полягає у тому, що сторона, що передає на переробку сировину зберігає за собою право власності на вихідні матеріали, які передано на переробку, і також на готову продукцію, отриману в результаті переробки, а переробник – отримує дохід від реалізації послуг із переробки давальницької сировини.

Відповідно до ст. 837 ЦКУ на переробку давальницької сировини укладається договір підряду. Зокрема, ст. 840 ЦКУ визначено різновид підряду – виконання робіт із матеріалу замовника. Укладений договір на переробку

давальницької сировини повинен діяти в межах податкового законодавства, інакше не вважатиметься «давальницьким», що позбавить суб'єктів господарювання скористатися перевагами встановленого порядку оподаткування [1].

У конфігурації «1С: Бухгалтерія 8.3. Редакція 2.0» передбачено низку документів, призначених для відображення операцій із обліку давальницької сировини.

У підприємства-переробника відображення операцій із давальницькою сировиною проходить в чотири етапи:

- надходження сировини від замовника (меню «Купівля» – документ «Надходження товарів і послуг», із зазначенням виду операції «У переробку»;
- передача давальницької сировини в переробку (документ «Надходження товарів і послуг» – документ «Вимога-накладна»); отримання продукції переробки (меню «Виробництво» (група «Випуск продукції») – документ «Звіт виробництва за зміну», із зазначенням підрозділу, який здійснює переробку); передача продукції переробки замовнику (документ «Звіт виробництва за зміну» – документ «Реалізація послуг із переробки», із зазначенням «Схеми реалізації» – послуги).

Відображення операцій із давальницькою сировиною у замовника відбувається в два етапи:

- передача сировини в переробку (меню «Виробництво» (група «Передача в переробку») – документ «Передача сировини в переробку» із зазначенням контрагента-переробника);
- надходження продукції переробки від виконавця (меню «Виробництво» (група «Передача в переробку») – документ «Надходження з переробки». За необхідністю на підставі документа «Надходження з переробки» формується документ «Реєстрація вхідного податкового документа», який являє собою отриману податкову накладну.

У ході здійснення операцій із давальницькою сировиною чинним

законодавством передбачено розрахунки як у грошовій, так і в негрошовій формі. За переробку давальницької сировини замовник може розрахуватись частиною готової продукції або ж сировиною (якщо це погоджено обидвома сторонами). Така форма оплати використовується, у випадку браку коштів у замовника або відсутності вільного доступу до такої сировини у переробника. За означених умов, операція вважається бартерною, що визначено п. 1 ст. 715 Цивільного кодексу. При цьому кожна зі сторін є і продавцем (замовник – сировини та/або готової продукції, виконавець – робіт), і покупцем (замовник – робіт, а виконавець – сировини та/або готової продукції).

Отже, дослідивши питання сутності, державного регулювання здійснення операцій із давальницькою сировиною та проблеми їх обліку можна зробити висновки, що це питання є не достатньо вивченим та врегульованим законодавчо, а відтак – потребує подальших досліджень. Це важливо, насамперед, тому що цей вид діяльності для багатьох виробничих підприємств є зручним видом взаєморозрахунків із контрагентами.

Список використаних джерел:

1. Папиріна О. Давальницькі схеми у виробництві та переробці сільськогосподарської продукції. *Бухгалтерський аграрний журнал*. 2018. № 2. С. 30 – 34.
2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02 грудня 2010 р. *Верховна Рада України*. URL:<http://www.zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення 05.04.2021).

СЕКЦІЯ 4

КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ АУДИТУ

УДК 657.6(476)

Д. Акулич, студентка,
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(г. Минск, Беларусь)

РОЛЬ АУДИТОРСКОЙ ПАЛАТЫ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА РАБОТЫ АУДИТОРОВ, АУДИТОРОВ-ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, АУДИТОРСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в данной работе рассмотрены определение и виды оценки качества работы аудиторской организации, аудиторов, аудиторов-индивидуальных предпринимателей, раскрыта сущность Аудиторской палаты, ее компетенция и принципы внешней оценки. Рассмотрен состав итоговых документов, составленных по результатам внешней оценки, а также меры воздействия, применяемые в случаях выявленных нарушений законодательства.

Ключевые слова: оценка качества работы аудитора, Аудиторская палата, сущность, систематичность, неустранимые нарушения.

Каждый внешний пользователь (поставщик, инвестор и др.) заинтересован в получении достоверной и качественной бухгалтерской (финансовой) отчетности о деятельности организации. Качество - это соответствие произведенных работ, оказанных услуг требованиям и потребностям населения, отдельной личности и государства в целом. Со стороны государства качество характеризуется производством конкурентоспособной продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В современной практике огромная роль отводится на качественно проведенный аудит, который должен соответствовать требованиям не только национальных, но и международных стандартов, а также высоким запросам со стороны потребителей продукции (работ, услуг).

Значительный вклад в решение актуальных вопросов контроля качества аудита рассматривали зарубежные авторы Украины Т.А. Бутынец, Е.А. Петрик и др., а также Российской Федерации С.М. Бычкова, Л.Н. Булавина, Е.М. Пучкова, В.Т. Чая и др. Среди белорусских ученых можно выделить С.Л. Коротаева, Д.А. Панкова, В.Н. Лемеш и др.

В Законе «Об аудиторской деятельности» оценка качества работы аудитора, аудитора – индивидуального предпринимателя, аудиторской

организации понимается как система мер и процедур направленные на соблюдения требований международных стандартов аудиторской деятельности, Кодекса этики профессиональных бухгалтеров, принимаемого Международной федерацией бухгалтеров (далее – Кодекс этики), основных принципов аудиторской деятельности, а также обоснованности выводов, сформированных ими и аудиторского мнения. В оценку качества работы аудитора, аудиторских организаций, аудитора - индивидуального предпринимателя входит внутренняя и внешняя оценка качества [1].

Внутренняя оценка качества работы аудиторов связана с соблюдением, установленными внутри организации, правилами аудиторской деятельности. Осуществление внутренней оценки качества работы аудитора базируется на применении международных стандартов аудиторской деятельности и национальных правил аудиторской деятельности.

Внешняя оценка качества работы аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей осуществляется Аудиторской палатой в отношении ее членов – аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей в соответствии с правилами Аудиторской палаты по внешней оценке качества работы аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей, которые основываются на принципах осуществления Аудиторской палатой внешней оценки качества работы аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей, утвержденных Министерством финансов [3].

Под Аудиторской палатой следует понимать некоммерческую организацию, членами которой являются аудиторские организации, аудиторы, аудиторы- индивидуальные предприниматели, а также могут быть аудиторы, физические лица и юридические лица, которые не осуществляют аудиторскую деятельность. Компетенция Аудиторской палаты:

-представляет интересы своих членов в государственных органах, иных органах и организациях, в том числе международных;

- направляет предложения о совершенствовании законодательства в сфере аудита Министерству финансов;

- принятие по согласованию с Министерством финансов правил Аудиторской палаты по внешней оценке качества работы аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей

- принятие совместно с Министерством финансов внутренних правил аудиторской деятельности;

- осуществление внешней оценки качества работы аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей

- специальной подготовки аудиторов в области МСФО совместно с Министерством образования и Министерством финансов;

- разработка учебно-методических программ, материалов с целью подготовки к аттестации аудиторов на право получения квалификационного аттестата и организация профессионального обучения желающим стать аудитором [4].

Внешняя оценка, осуществляемая Аудиторской палатой основана на следующих принципах:

- достижение целей внешней оценки;

- обеспеченность внешней оценки финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами;

- независимость и конфиденциальность внешней оценки;

- обоснованность осуществления внешней оценки;

- применение надлежащих видов осуществления внешней оценки;

- должное планирование внешней оценки;

- обеспечение надлежащего уровня профессиональной компетентности специалистов по внешней оценке

- должное наблюдение за осуществлением внешней оценки;

- надлежащее документирование осуществления внешней оценки;

- итоговая оценка результатов внешней оценки и их публичность;

- обеспечение применения мер воздействия к аудиторской организации, аудиторю - индивидуальному предпринимателю.

Аудиторская палата по результатам внешней оценки составляет следующие итоговые документы:

- отчет по результатам внешней оценки качества работы аудиторской организации, аудитора - индивидуального предпринимателя;

- заключение о качестве работы аудиторской организации, аудитора - индивидуального предпринимателя;

- решение о применении мер воздействия к аудиторской организации, аудиторю - индивидуальному предпринимателю.

- В отчете по результатам внешней оценки качества работы аудиторской организации должны содержаться выявленные нарушения законодательства об аудиторской деятельности, рекомендации и требования об их устранении либо об отсутствии этих нарушений.

Аудиторская палата оценивает выявленные в ходе внешней оценки нарушения по следующим критериям: существенность, систематичность, возможность устранения.

Под существенностью понимается несоблюдение законодательства об аудиторской деятельности и условий членства в Аудиторской палате, которые в отдельности и (или) в совокупности влияют на качество аудиторских услуг.

Под систематичностью понимается совершение аудиторской организацией, аудитором - индивидуальным предпринимателем более двух тождественных или однородных нарушений в проверяемом периоде.

Под неустранимым нарушением понимается нарушение, устранение которого технически невозможно по причине прошествия времени и (или) завершенности работ (услуг) или этапа работ (услуг), на результат которых обнаруженное нарушение оказало влияние.

По результатам внешней оценки, выявившей нарушения, к аудиторской организации, аудиторю - индивидуальному предпринимателю применяются

меры воздействия, предусмотренные Законом Республики Беларусь "Об аудиторской деятельности".

В зависимости от категории, присвоенной в результате внешней оценки, в отношении аудиторской организации, аудитора - индивидуального предпринимателя применяются следующие меры воздействия: первая категория - предупреждение; вторая категория - предупреждение и (или) штраф; третья категория - штраф; четвертая категория - штраф и (или) приостановление членства в Аудиторской палате; пятая категория - штраф и приостановление членства в Аудиторской палате или штраф и исключение из членов Аудиторской палаты.

В случае применения меры воздействия в форме приостановления членства в Аудиторской палате повторная внешняя оценка не может осуществляться до полного устранения аудиторской организацией, аудитором - индивидуальным предпринимателем выявленных нарушений.

В случае выдачи Аудиторской палатой заключения о качестве работы с присвоением пятой категории аудиторская организация, аудитор - индивидуальный предприниматель завершает оказание аудиторских услуг на основании заключенных договоров с привлечением экспертов по внутренней оценке для осуществления оценки качества выполнения аудиторских заданий или обеспечения систематического мониторинга процесса завершения аудиторских заданий. Если в установленные Аудиторской палатой сроки аудиторской организацией, аудитором - индивидуальным предпринимателем не будут реализованы мероприятия и выполнены условия, вынесенные в решении Аудиторской палаты об устранении выявленных в ходе внешней оценки нарушений, Аудиторская палата обязана применить меры воздействия в отношении аудиторской организации, аудитора - индивидуального предпринимателя в установленном Аудиторской палатой порядке рассмотрения дел о применении мер воздействия [3].

Таким образом Аудиторская палата Республики Беларусь играет важную

роль во внешней оценке качества оказанных аудиторами услуг. Данная организация представляет интересы своих членов в государственных органах, подготавливает и разрабатывает образовательные программы по подготовке аудиторов на право получения аттестата и обучает стандартам МСФО. Для реализации этих и других функций в структуре Аудиторской палаты созданы специализированные органы, действующие на основании принятых палатой положений. Например, для координации и оценки деятельности Аудиторской палаты, обеспечения реализации ее уставных целей создан наблюдательный совет.

Список использованных источников:

1. Об аудиторской деятельности: Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., №56-3 URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300056>. – Дата доступа: 05.04.2021.

2. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 18 октября 2019 г. № 59 «Об оценке качества работы аудиторской организации, аудиторов, осуществляющих деятельность в качестве индивидуальных предпринимателей, аудиторов». URL: <https://audit-ap.by/uploads/files/Postanovlenie-Ministerstva-finansov-Respubliki-Belarus-ot-18-oktjabrja-2019-g.-59-Ob-otsenke-kachestva-raboty-auditorskix-organizatsij-auditorov-osuschestvljajuschix.pdf>. – Дата доступа: 05.04.2021

3. Лемеш В.Н. Организация контроля качества аудита в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37033919_18570382.pdf. – Дата доступа: 05.04.2021

4. «Эти проверки наконец „очистят“ рынок». Что нужно знать про аудиторов в 2020 URL: <https://probusiness.io/law/6768-eti-proverki-nakonec-ochistyat-rynok-chto-nuzhno-znat-pro-auditorov-v2020.html>. – Дата доступа: 05.04.2021.

УДК 658:336.7

Ватилик О.О., здобувач ОС «Магістр»,
Сумський національний аграрний університет
(м. Суми, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ АУДИТОРСЬКОЇ ПЕРЕВІРКИ ПАСИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: В науковій праці розглянуто особливості аудиторської перевірки пасивів підприємства, ідентифіковано пріоритетні напрями аудиту. Конкретизовано структуру інформаційного забезпечення аудиту пасивів підприємства та акцентовано увагу на методах аудиту.

Ключові слова: аудит, документи, інформаційне забезпечення, методи, пасиви.

Діяльність підприємств будь-якої форми власності можлива за умови наявності активів та власного капіталу, а також, у випадку необхідності, довгострокових, поточних зобов'язань та забезпечень. Складові компоненти власного капіталу, зобов'язань і забезпечень утворюють пасиви підприємства.

Зважаючи на те, що діяльність підприємства має циклічний характер, можна зробити висновок, що всі явища та процеси, які відбуваються на підприємстві, також підпорядковуються законам циклічності. Не виключенням є й власний капітал та зобов'язання, що формують собою пасиви підприємства. Поведінка пасивів на основних стадіях життєвого циклу є безпосередньо залежною від цих стадій, тобто на кожній стадії життєвого циклу підприємства буде мати місце стадія життєвого циклу пасивів [1, С. 225].

Крім того, структура пасивів підприємства здійснює вагомий вплив на фінансовий стан підприємства, його платоспроможність. Означуване вище дозволяє зазначити, що дослідження структури та процесу організації обліку пасивів підприємства є актуальним питанням як для системи внутрішнього контролю, так і для незалежного (аудиторського) контролю. Відповідно, акцент в даній науковій праці буде здійснено на особливостях та пріоритетних напрямках аудиторської перевірки пасивів підприємства. Варто зазначити, що аудит пасивів є складовою компонентою аудиту фінансової звітності підприємства. Плануючи

аудит, аудитори обов'язково повинні у стратегії, плані аудиту показати напрями перевірки пасивів підприємства, оскільки детальна інформація про їх складові компоненти узагальнена в ф. 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», а також інших формах річної фінансової звітності.

Відповідно до вимог МСА 300 «Планування аудиту фінансової звітності» планування аудиту включає визначення загальної стратегії аудиту для завдання та розробку плану аудиту. Моделюючи загальну стратегію аудиту, аудитор повинен: виявити характеристики завдання, які визначатимуть його обсяг; встановити звітні цілі завдання для планування часу аудиту та характеру необхідного повідомлення інформації; розглянути чинники, які з погляду професійного судження аудитора є важливими для спрямування зусиль команди із завдання; розглянути результати діяльності, що передують завданню, та, якщо це застосовно, чи є належними знання суб'єкта господарювання за результатами виконання інших завдань партнером із завдання; уточнити характер, час та обсяг ресурсів, необхідних для виконання завдання. Щодо плану аудиту, то аудитор даний документ має розробити з описом: характеру, часу та обсягу запланованих процедур оцінювання ризиків; характеру, часу та обсягу запланованих подальших аудиторських процедур на рівні твердження; інших запланованих аудиторських процедур, які слід виконати для дотримання вимог МСА під час виконання завдання [2, С. 292 - 293].

В контексті означуваного необхідно акцентувати увагу, що аудит пасивів підприємства має бути належно спланованим, оскільки в результатах даної форми незалежного контролю зацікавлені різні категорії стейкхолдерів (власники підприємства, працівники, банківські установи, постачальники, інвестори та інші кредитори).

Основними напрямами аудиту пасивів підприємства є:

- оцінка правильності формування основних складових власного капіталу з акцентуванням уваги на дотриманні вимог нормативних документів;
- оцінка положень облікової політики підприємства в частині інформації,

яка пов'язана з організацією обліку власного капіталу, зобов'язань та забезпечень;

- перевірка правильності визнання та оцінки зобов'язань;
- оцінка матеріалів інвентаризаційного процесу;
- перевірка відповідності даних про пасиви підприємства у стандартній звітності відповідним даним регламентованих форм звітності (ф. 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», ф. 4 «Звіт про власний капітал», ф. 5 «Примітки до річної фінансової звітності»);
- узгодження показників ф. 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» з відповідними показниками ф. 4 «Звіт про власний капітал», ф. 5 «Примітки до річної фінансової звітності»;
- перевірка відображення в повному обсязі в ф. 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» інформації про зобов'язання та забезпечення;
- розрахунок показників платоспроможності, ділової активності, рентабельності та прибутковості, встановлення відповідності отриманих значень нормативним вимогам;
- проведення реалістичної оцінки, спрямованої на дослідження ймовірного виникнення ризику банкрутства підприємства;
- оцінка ефективності управління пасивами підприємства, яка створить реалістичний базис для діагностики можливості функціонування підприємства на безперервній основі.

Враховуючи важливість зареєстрованого капіталу, вважаємо за доцільне акцентувати увагу, що параметрична модель аудиторського дослідження даного виду капіталу, як предмету зовнішнього аудиту, має передбачати перевірку в контексті правового аспекту (наявність підстав для формування зареєстрованого капіталу, ідентифікація учасників (засновників)), предметного аспекту (вимоги до внеску; ідентифікація внеску: грошові кошти (вид валют); основні засоби (наявність предметних обмежень за законодавством); нематеріальні активи; запаси; цінні папери (власної емісії або цінні папери третіх осіб)); оціночного

аспекту (вартісний розмір внеску; Акт оцінки (від оцінника)), облікового аспекту (первинні документи, стандартні, регламентовані звіти та ін.).

Для належного виконання ідентифікованих завдань аудиту пасивів підприємства необхідні достовірні інформаційні ресурси, використання яких забезпечить отримання аудиторських доказів. В процесі аудиторського дослідження аудитор повинен використовувати інформацію, отриману з зовнішніх джерел (банківські установи, постачальники та інші зовнішні стейкхолдери), внутрішніх джерел (керівник та засновники підприємства, представники бухгалтерії підприємства, інші категорії працівників та ін.). Крім того, інформаційними ресурсами є нормативні документи, які формують зовнішню компоненту інформаційного забезпечення (Господарський кодекс України, Податковий кодекс України, Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», Міжнародні стандарти аудиту, Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», П(С)БО 11 «Зобов'язання», Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності та ін.) та внутрішню компоненту інформаційного забезпечення (Положення про облікову політику, Статут та ін.). Облікова компонента інформаційного забезпечення має бути сформована з документів, які складені за результатами інвентаризації, Оборотно-сальдові відомості, Картки рахунків, Аналіз рахунків, електронні документи «Закриття фінансових результатів», «Закриття рахунків», а також ф. 1. «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»; ф. 4 «Звіт про власний капітал»; ф. 5 «Примітки до річної фінансової звітності) та ін.

Аудит пасивів підприємства має бути проведений з використанням системи загальнонаукових методів дослідження, прийомів документального контролю, а також власних методичних прийомів аудитора.

В процесі аудиторського дослідження доцільним є розрахунок наступних показників платоспроможності, ділової активності, рентабельності та прибутковості:

- коефіцієнт платоспроможності;
- коефіцієнт фінансування;
- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами;
- коефіцієнт маневреності власного капіталу;
- коефіцієнт прибутковості акцій;
- коефіцієнт дивідендного доходу;
- коефіцієнт виплати дивідендів;
- коефіцієнт рентабельності власного капіталу;
- коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості;
- термін погашення кредиторської заборгованості та ін.

Результати аудиту пасивів підприємства повинні відображатися у робочій документації та Звіті аудитора, який по завершенню незалежного контролю презентується замовникам аудиту (особам, яких наділено найвищими повноваженнями).

Список використаних джерел:

1. Петренко Н.І. Бухгалтерський облік і контроль операцій з руху пасивів підприємства: проблеми теорії, методології, практики : монографія. Житомир. ЖДТУ, 2012. 544 с.
2. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016-2017 р. Міжнародна федерація бухгалтерів. Аудиторська палата України. Київ. 2018. Ч.1. 1142 с.

УДК 657.6:338.24.01

С.А. Данилкова, к.э.н., доцент
доцент кафедры финансового менеджмента
УО «Полесский государственный университет»
(г. Пинск, Республика Беларусь)

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ТЕОРИЙ ВО ВНУТРЕННЕМ АУДИТЕ

Аннотация: автором изучено и раскрыто содержание организационно-управленческих теорий с указанием их сильных и слабых сторон, обоснована роль теорий в вопросе становления внутреннего аудита, указаны направления реализации внутреннего аудита в контексте управленческих теорий.

Ключевые слова: внутренний аудит, теории аудита, теории управления, теория стейкхолдеров, теория акционеров, этапы внутреннего аудита.

В современных условиях хозяйствования внутренний аудит продолжает свое развитие. Однако остаются вопросы, решение которых требует изучения в контексте исторического опыта и организационно-управленческих теорий.

Ряд ученых (Сметанко А.В. [1], Гресейк Л., Кабальский П. [2]) рассматривают развитие внутреннего аудита в соответствии с теориями аудита (теория адекватности, теория контроллинга, теория консалтинга), что подчеркивает его как одну из форм аудита.

В экономике существует множество организационно-управленческих теорий, которые позволяют в сложившихся условиях внешней среды достичь организации стратегических целей. На каждом этапе развития внутреннего аудита преобладает конкретная теория, которая раскрывает и характеризует его. В экономической литературе наибольшее распространение получили теория стейкхолдеров и теория акционеров, содержание которых представлено в табл. 1.

В связи с содержанием данных организационно-управленческих теорий представляет интерес периодизация внутреннего аудита.

По мнению автора, на первых этапах становления внутреннего аудита вплоть до 40-х годов XX века нарастают противоречия интересов между собственниками имущества и работниками, которые выливаются в массовые протесты, революции, смены правительств и общественно-экономических

формацій.

Таблиця 1

Критерии основных организационно-управленческих теорий

Критерии	Теория стейкхолдеров	Теория акционеров
ФИО основателя теории	Р. Фримен	М. Фридман
Цель	максимизация прибыли	
Объект	корпорация как зона ответственности стейкхолдеров	корпорация как юридический инструмент
Пользователи результатов	инвесторы, акционеры, клиенты, поставщики, работники, правительственные структуры и регулирующие органы, СМИ, профсоюзы, научные сообщества, наднациональные институты [3, с. 52]	Акционеры
Направления реализации	баланс интересов стейкхолдеров, бизнес-анализ, устойчивое развитие социально-экономической среды	максимальное удовлетворение потребностей акционеров

Источник: составлено автором.

Создание интегрированных корпоративных структур, ведущих совместную деятельность на основе консолидации активов или договорных отношений, что обуславливает потребность в обмене опытом между внутренними аудиторами и формировании внутреннего аудита как науки, что характерно на этапе развития внутреннего аудита в период с 1941 по 1970 годы прошлого века.

В период 1970 - 2000гг. характерной чертой является достижение целей организации сквозь удовлетворение целей работников, что требует от внутреннего аудита повышение эффективности деятельности через эффективность вклада каждого сотрудника.

Этап внутреннего аудита, начиная с 2000-х годов по настоящее время, характеризуется социально-частным партнерством, что подразумевает тесное взаимодействие государства, бизнеса, всех членов общества и позволяет достичь устойчивого развития социально-экономической среды в условиях трансформации бизнеса.

Направления реализации внутреннего аудита в контексте управленческих теорий включают: оценку удовлетворения социальных интересов работников; предоставление рекомендаций по выбору целей развития организации исходя из

приоритетов; оценку планирования и реализации мероприятий социальной ответственности бизнеса; разработку паспорта социальной ответственности бизнеса.

По результатам проведенного исследования автор пришел к следующим выводам:

1. все этапы внутреннего аудита тесно взаимосвязаны не только с теориями аудита, но и с организационно-управленческими теориями, которые являются основополагающими;
2. рассматривая современное состояние внутреннего аудита необходимо учитывать реальные тенденции развития мировой экономики.

Список использованных источников:

1. Сметанко А.В. Теория и практика внутреннего аудита в акционерных обществах Украины: монография. К.: КНЕУ, 2013. 436с.
2. Grzesiak L., Kabalski P. Audyt wewnętrzny w świetle wybranych teorii // *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*. 2016. Tom 87 (143). S. 19-28.
3. Дуденков Д.А. Стейкхолдер-ориентированная модель компании в теории корпоративного управления. *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. 2014. №1. С. 50-53.

УДК 657.6

К. Касперович, Д. Ревинская, студенти
Белорусского государственного экономического университета
(г. Минск, Республика Беларусь)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТА

Аннотация: в настоящее время активно развиваются все отрасли информационно-коммуникационных технологий, это происходит глобально и повсеместно. При этом особое внимание уделяется технологии блокчейн. В данной работе определены основные преимущества и недостатки технологии распределенных реестров, а также рассмотрены примеры применения технологии блокчейн в крупнейших аудиторских компаниях.

Ключевые слова: блокчейн, технология распределенных реестров, аудит, аудиторско-консалтинговая компания, аудиторская деятельность.

В скором времени трансформация аудита в условиях применения современных информационных и цифровых технологий станет необходимостью для каждой аудиторской компании, желающей оставаться конкурентноспособной на рынке. Одним из перспективных направлений, которое может заметно упростить и ускорить осуществление аудита, является внедрение в работу предприятий распределенных реестров, а именно системы «блокчейн».

Более прозрачный способ отражения операций является ключевой особенностью этой технологии. Он позволяет получать более полную картину всех транзакций и выявлять недобросовестные действия, а также по умолчанию проводить аудит однообразных операций в режиме реального времени [1, с.14]. Таким образом, технология распределенных реестров способствует развитию бухгалтерской сферы деятельности, которая в настоящее время во многом полагается на бумажные носители для выполнения учетных функций с целью обеспечения соответствия нормативным требованиям. То есть, при использовании блокчейн компании могут записывать свои транзакции непосредственно в объединенный регистр, создавая взаимосвязанную систему устойчивых учетных записей вместо того, чтобы хранить отдельные записи на

основе квитанцій о транзакціях [2, с.72]. Також необхідно отметить, что все записи криптографически запечатаны и распределены, поэтому возможность уничтожить или манипулировать ими с целью сокрытия активности достаточно мала.

Исходя из вышеперечисленного можно выделить следующие преимущества использования технологии блокчейн в аудиторской деятельности:

- сокращение количества ошибок у проверяющих. Уменьшается вероятность человеческого фактора ввиду появления возможности автоматически проверять различные данные;
- снижение стоимости осуществления сделки. Повышение эффективности работы бухгалтера и сокращение количества ошибок способствует сокращению затрат на ведение бухгалтерского учета и проверку его корректности;
- снижение риска мошенничества. Это объясняется сложностью, а точнее невозможностью корректировки записей в блокчейн;
- сокращение времени. Благодаря появлению возможности автоматически проверять данные аудиторы могут направлять свои усилия на осуществление более сложных проверок;
- безопасность проведения операций, сохранность всех бухгалтерских записей и, как следствие, доверие участников сети.

Однако несмотря на все преимущества, необходимо учитывать, что данная технология все еще остается недоработанной и имеет следующие недостатки: на многих блокчейн-платформах присутствует вероятность ошибок и сбоев, а также на сегодняшний день повсеместное использование открытого блокчейн невозможно и будет сопровождаться высокими рисками.

Если рассматривать крупнейшие аудиторско-консалтинговые компании «большой четверки», к которым относятся Deloitte, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, KPMG, то за последние годы они все чаще предлагают новые продукты, в основе работы которых лежит блокчейн.

В апреле 2018 г. E&Y запустила «Анализатор блокчейнов» для облегчения

сбора всей информации о транзакциях компаний из разных реестров, а в 2019 году было выпущено обновление, которое сделало анализатор бизнес-приложением для команд E&Y и клиентов. С момента запуска системы данной компании удалось сократить расходы на обработку транзакций более чем на 90%.

Для того, чтобы помочь компаниям, предоставляющим финансовые услуги, исследовать приложения блокчейна консалтинговая компания KPMG уже с 2016 г. реализует программу «Услуги цифровой книги». Она также заключила партнерское соглашение с компанией Microsoft по созданию инициативы “Digital Ledger Services” с целью определения новых приложений и вариантов использования технологии блокчейн.

Консалтинговая компания PwC в апреле 2018 г. объявила о своем первом широко распространенном сервисе аудита на основе блокчейн-технологии с зарегистрированными криптографическими компаниями. Служба PwC проверяет услуги блокчейна компании, гарантируя, что они используют технологию правильно и эффективно [2, с.73].

С 2014 года консалтинговая компания Deloitte занимается запуском Rubix, которая объявлена «универсальной программной платформой блокчейна». Данный проект представляет собой платформу в области разработки блокчейн-решений, которая оказывает содействие разработчикам в принятии решений, настроенных с учетом отраслевых особенностей и потребностей клиентов.

Таким образом, технология блокчейн обладает потенциалом, который способен коренным образом изменить аудиторскую деятельность, ставя перед ней все новые задачи и усиливая конкуренцию между аудиторскими компаниями. Внедрение данной технологии позволит увеличить эффективность работы, исключить влияние человеческого фактора, а также может стать одним из шагов к созданию концепции цифровой экономики.

Кроме этого, следует отметить, что в ближайшем будущем инновационные технологии откроют многим конкурентоспособным аудиторским компаниям не

только новые возможности для повышения производительности и увеличения объемов рынка, но и лягут в основу новых аудиторских продуктов и услуг.

Список использованных источников:

1. Беседова, Ю.С. Технология блокчейн произведет революцию и в области аудита/ Ю.С. Беседова // Коммерсантъ. – 2018. - № 86. – С. 14.
2. Баев А. А., Левина В. С., Реут А. В., Свидлер А. А., Харитонов И. А., Григорьев В. В. Блокчейн-технология в бухгалтерском учете и аудите. Учет. Анализ. 2020. – С. 69-77.

УДУ 657.6

Лемеш Валентина Николаевна, к.э.н., доцент
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(г. Минск, Республика Беларусь)

УКЛОНЕНИЕ ОТ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО АУДИТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация: Рассмотрены критерии субъектов хозяйствования, подпадающих согласно требованиям законодательства Республики Беларусь под обязательный аудит годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности; обозначены проблемы, способствующие уклонению от обязательного аудита, приведены меры ответственности за такое уклонение, предложены пути решения имеющихся проблем.

Ключевые слова: аудит, отчетность, организационно-правовая форма, банк данных, уклонение, ответственность.

Отечественному аудиту, по сложившейся практике, в сентябре текущего года исполнится тридцать лет. За это время выработались определенные подходы и наметились определенные тенденции в области обязательного аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности (далее – ГБФО).

В настоящее время обязательный аудит является одним из важнейших инструментов обеспечения экономической безопасности нашей страны. В Беларуси законодатель определил, что обязательный аудит бухгалтерской и (или) финансовой отчетности - аудит бухгалтерской и (или) финансовой отчетности, обязательность проведения которого установлена настоящим Законом и иными законодательными актами [1 п. 1 ст. 22]. При этом, ежегодно проводится обязательный аудит ГБФО, составленной в соответствии с законодательством Республики Беларусь [1 п. 2 ст. 22]:

Поскольку обязательность проведения аудита регулируется на уровне государства, то именно оно в первую очередь заинтересовано изначально в качестве той информации, которая формируется и предоставляется в ГБФО. Уточним, согласно требованиям Закона Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» организации (за исключением бюджетных организаций) обязаны представлять ГБФО [2 ст. 16]:

– собственнику имущества (учредителям, участникам) организации и иным лицам, уполномоченным на получение годовой индивидуальной отчетности законодательством Республики Беларусь или учредительными документами этой организации;

– государственным органам, иным государственным организациям, подчиненным Правительству Республики Беларусь, если отчитывающиеся организации находятся в их подчинении (входят в их состав) или являются хозяйственными обществами, акции (доли в уставных фондах) которых принадлежат Республике Беларусь или административно-территориальным единицам и переданы в управление этим органам, организациям;

– иным организациям в случаях, предусмотренных законодательством Республики Беларусь.

С 20 февраля 2021 года внесены изменения в контроле за соблюдением требований в области обязательного аудита ГБФО. В настоящее время в случае проведения обязательного аудита ГБФО в месячный срок с даты получения аудиторского заключения, но не позднее 15 июля года, следующего за отчетным, аудируемые лица обязаны представить информацию о факте проведения обязательного аудита ГБФО в Министерство финансов для формирования информационного банка данных организаций, годовая бухгалтерская и (или) финансовая отчетность которых подлежит обязательному аудиту в соответствии законодательства, а также в случае, если эти аудируемые лица находятся в подчинении (ведении), входят в состав (систему) республиканских органов государственного управления и иных государственных организаций, подчиненных Совету Министров, местных исполнительных и распорядительных органов или их акции (доли в уставных фондах) переданы в управление указанных органов (организаций). Такая информация нужна для того, чтобы выполнить требования по формированию и ведению банка данных, а Министерство финансов устанавливает порядок его формирования и ведения [3].

В свою очередь, аудиторские организации, аудиторы – индивидуальные

предприниматели обязаны в случае оказания аудиторских услуг по проведению обязательного аудита отчетности не позднее 1 августа года, следующего за отчетным, представлять в Аудиторскую палату перечень аудируемых лиц, которым была оказана такая услуга за отчетный год [1 абз. 16 ст. 15]. Аудиторской палатой не позднее 15 августа года, следующего за отчетным, осуществляется представление в Министерство финансов сводной информации об аудируемых лицах, которым была оказана аудиторская услуга по проведению обязательного аудита отчетности [1 абз. 18 п. 1 ст. 12].

Таким образом, теперь у Министерства финансов аккумулируется информация об обязательном аудите по организациям, обязательность проведения аудита отчетности которых установлена законодательством из трех источников: аудируемых лиц, субъектов хозяйствования, оказывающих аудиторские услуги; Аудиторской палаты.

Анализ Министерством финансов поступившей от этих источников информации позволяет установить «организации-уклонистов» от проведения обязательного аудита. Интересен в этой части анализ данных статистики в части динамики количества коммерческих организаций по организационно-правовым формам, приведенный нами в табл. 1.

Таблица 1

Число организаций по организационно-правовым формам (на 1 января)

Организационно-правовая форма организаций	Число коммерческих организаций				
	2016	2017	2018	2019	2020
Всего коммерческих организаций	116190	116761	115256	115425	115629
Из них					
Открытые акционерные общества	2262	2301	2175	2118	2059
Закрытые акционерные общества	1739	1715	1607	1521	1469
Общество с ограниченной ответственностью (далее - ООО)	50371	54127	57462	61497	65023
Общество с дополнительной ответственностью	6029	5685	5234	4878	4587
Унитарные предприятия	52314	49468	45334	41946	38792

Примечание – по данным [4, с. 196].

При этом наблюдается важная закономерность: только по ООО наблюдается стабильное увеличение их числа на фоне относительно

незначительных колебаний по функционирующим коммерческим организациям. Напомним ООО признается общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных уставом размеров. Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Это значит, что, учитывая возможные риски банкротства, сами инвесторы не хотят рисковать больше, чем на сумму инвестированных ими вкладов. Однако отечественная статистика неумолимо подтверждает тот факт, что ряд коммерческих организаций прекращают свою деятельность, в том числе по причине неплатежеспособности. Так, только по состоянию на 11.03.2021 в стадии банкротства в Республике Беларусь 1888 коммерческих организаций, в том числе на ликвидацию – 1246 [5]. Уточним, статьей 12.33 Кодекса Республики Беларусь от 06.01.2021 № 91-3 «Об административных правонарушениях» установлено, что уклонение от проведения обязательного аудита ГБФО руководителем юридического лица, годовая бухгалтерская и (или) финансовая отчетность которого в соответствии с законодательными актами подлежит обязательному аудиту, – влечет наложение штрафа в размере до тридцати базовых величин. С 01.01.2021 базовая величина составляет 29 рублей, т.е. по отношению к стоимости аудита ГБФО не такая уж и значительная сумма.

Обобщив результаты исследования можем сделать ряд выводов и предложений:

- государство заинтересовано в обязательном аудите ГБФО, как независимой форме контроля в Республике Беларусь;
- обязательный аудит ГБФО повышает доверие пользователей к информации, содержащейся в ней;
- наблюдается тенденция в изменении организационно-правовой форме собственности коммерческих организаций, подпадающих под обязательный аудит ГБФО;
- предпринятые Министерством финансов в текущем году мероприятия

позволяют выявлять в будущем тех, кто уклоняется от обязательного аудита, однако не решает проблему с учетом мер административного воздействия в виде штрафов;

– целесообразным представляется введение требования о формировании банка данных обо всех услугах в области обязательного аудита. Например, пунктом 2 статьи 532 Гражданского кодекса Республики Беларусь предусмотрено, что до подписания договора продажи предприятия должны быть составлены и рассмотрены сторонами документ, которым оформлены результаты инвентаризации, бухгалтерский баланс (книга учета доходов и расходов организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения), аудиторское заключение о составе и стоимости предприятия как имущественного комплекса, а также перечень всех долгов (обязательств), включаемых в состав предприятия, с указанием кредиторов, характера, размера и сроков их требований.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 № 56-З «Об аудиторской деятельности».
2. Закон Республики Беларусь от 12.07.2013 № 57-З «О бухгалтерском учете и отчетности».
3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 18.10.2019 № 58 «О банке данных организаций, годовая отчетность которых подлежит обязательному аудиту».
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2020 : [статистический сборник] / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; [редкол.: И.В. Медведева (пред.) и др.]. Минск : [б. и.], 2020. с. 196.
5. <https://bankrot.gov.by/> Дата доступа 13.03.2021.

УДУ 657

І. Назаренко, д.е.н., професор,
професор кафедри обліку і оподаткування
Сумський національний аграрний університет
(м. Суми, Україна)

СИСТЕМАТИКА БІЗНЕС-РИЗИКІВ В ПРОЦЕСІ ОЦІНКИ АУДИТОРСЬКОГО РИЗИКУ

Анотація: В науковій праці систематизовано бізнес-ризиків, а також обґрунтовано необхідність їх врахування в процесі визначення рівня аудиторського ризику. Узагальнено цілі аудитора при оцінці бізнес-ризиків.

Ключові слова: аудит, аудиторський ризик, бізнес-ризик, оцінка, планування.

Результативність аудиторської перевірки значною мірою залежить від якісного планування. Рамкові правила процесу планування аудиторської перевірки та їх документальне оформлення визначено Міжнародними стандартами аудиту. Беззаперечним є факт, що перелік аудиторських процедур, які доцільно виконати в процесі аудиту, значною мірою залежить від рівня аудиторського ризику, відповідно, аудитор повинен обов'язково при плануванні аудиторської перевірки враховувати рівень ризику. Рівень аудиторського ризику залежить від діючої системи внутрішнього контролю та системи бухгалтерського обліку. Проте, сучасні економічні дисбаланси, пандемія COVID-19 створюють підґрунтя для виникнення різноманітних бізнес-ризиків підприємницької діяльності.

Беручи за основу МСА 315 (переглянутий) «Ідентифікація та оцінювання ризиків суттєвого викривлення через розуміння суб'єкта господарювання і його середовища», доцільно зазначити, що бізнес-ризик – ризик, який є наслідком значущих умов, подій, обставин, діяльності або бездіяльності, які можуть негативно впливати на здатність суб'єкта господарювання досягти своїх цілей та реалізувати стратегії, або від встановлення невідповідних цілей і стратегій [1, С. 304.]. На рис. 1 систематизовано характеристику можливих бізнес-ризиків підприємства та цілі аудитора в процесі їх оцінювання.

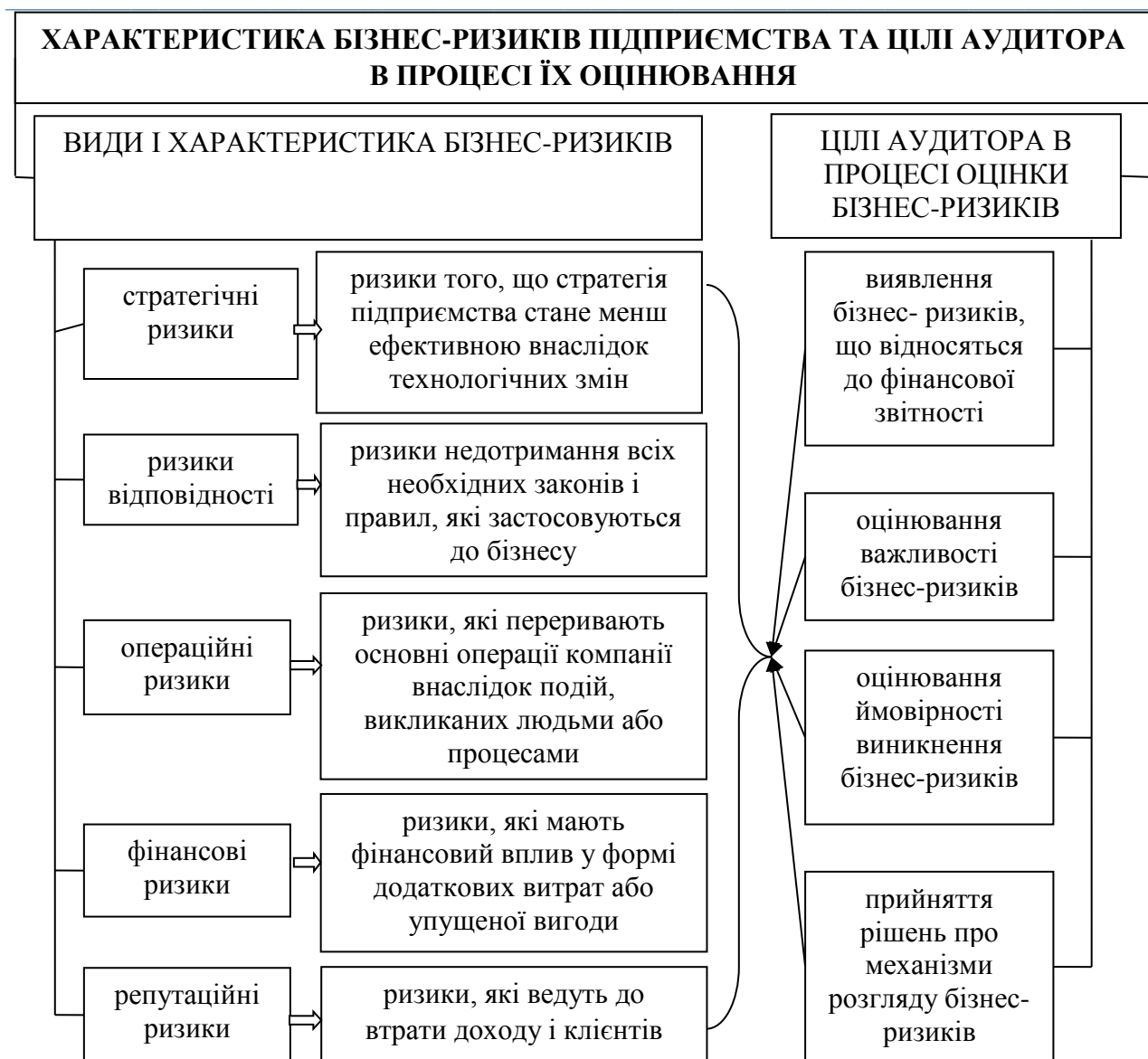


Рис. 1. Характеристика бізнес-ризиків підприємства та цілі аудитора в процесі їх оцінювання

* Джерело: узагальнено автором за матеріалами [1, 2]

Зазначений перелік бізнес-ризиків не є вичерпним, оскільки структурні зрушення в суспільстві можуть зумовлювати виникнення різних деформацій, наслідки яких проявлятимуться через відповідні види ризиків. В таких умовах врахування бізнес-ризиків є одним з ключових моментів при визначенні рівня аудиторського ризику, оскільки зазначені види ризиків можуть бути підґрунтям для викривлення показників фінансової звітності, виникнення ризиків шахрайств та ін.

Аудиторський ризик – це дії, які повинен зробити аудитор залежно від свободи вибору. Він має вирішальне значення для всього аудиторського процесу.

Оцінка аудиторського ризику не є питанням, що піддається точному оцінюванню. Це – питання професійного судження аудитора. Водночас потрібно враховувати, що аудиторський ризик є технічним терміном, який пов'язаний із процесом аудиту [3]. На рис. 2 ідентифіковано умови, які можуть вказувати на наявність аудиторського ризику.

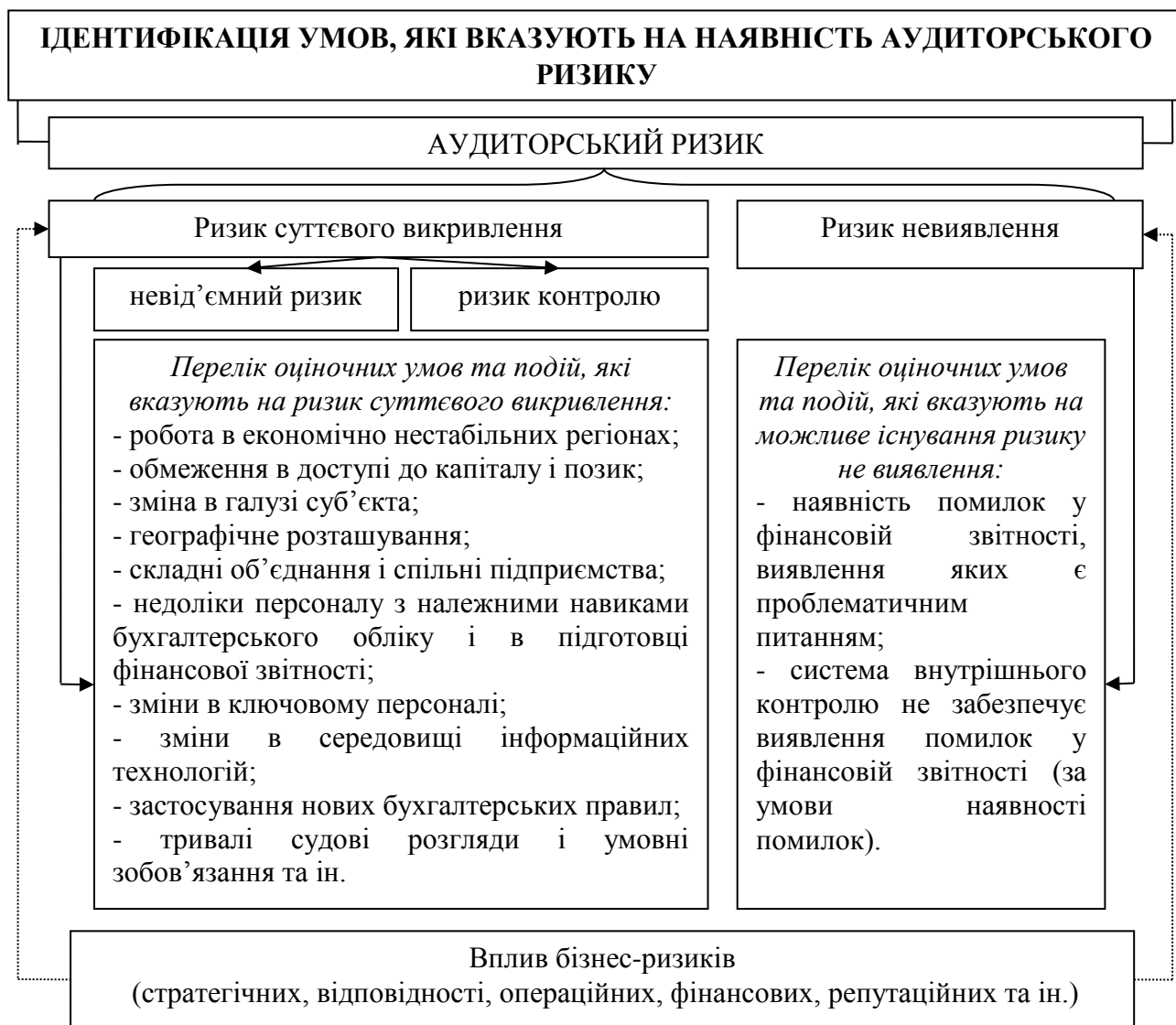


Рис. 2. Ідентифікація умов, які вказують на наявність аудиторського ризику
* Джерело: узагальнено автором за матеріалами [1]

Враховуючи факт, що процедури оцінки ризиків потрібні для отримання достатніх аудиторських доказів, відповідно, з метою отримання розуміння суб'єкта, його середовища та проведення реалістичної оцінки системи внутрішнього контролю, системи бухгалтерського обліку, аудитор повинен:

- оцінити ризики суттєвого викривлення фінансової звітності;

- визначити суттєвість відповідно до МСА 320 «Суттєвість при плануванні та проведенні аудиту»;

- розглянути доцільність вибору та застосування облікової політики, адекватності розкриття інформації у фінансовій звітності;

- визначити очікуваний результат від використання аналітичних процедур [4];

- здійснити реалістичну оцінку бізнес-ризиків та їх вплив на результативні показники.

Результати практичної імплементації ідентифікованих завдань повинні забезпечити оцінку факторів, які створюють фундаментальний базис для визначення величини прийняттого аудиторського ризику, і мають бути показані в робочих документах аудитора (наприклад, «Розуміння бізнесу клієнта», «Опитувальник з внутрішнього контролю», «Розуміння діяльності суб'єкта аудиту і його внутрішній контроль», «Опитувальник з ІТ та економічної безпеки Компанії, в якій проводиться аудит», «Оцінка ризику шахрайства»).

Отже, підсумовуючи вище сказане, можна зробити висновок, що оцінка аудиторського ризику в процесі аудиторської перевірки повинна враховувати також бізнес-ризик підприємства.

Список використаних джерел:

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016-2017 р. Міжнародна федерація бухгалтерів. Аудиторська палата України. Київ. 2018. Ч.1. 1142 с.

2. Бізнес-ризик: що потрібно знати аудиторам. URL: <https://www.pabu.com.ua/ua/mediacentr-3/profesiini-novyny/1858-biznes-ryzyku-shcho-potribno-znaty-audytoram>.

3. Аудиторський ризик: на що звернути увагу. URL: <https://www.pabu.com.ua/ua/mediacentr-3/profesiini-novyny/1860-audytorskyi-ryzyk-na-shcho-zvernuty-uvahu>.

4. Бондар Ю. Робочі документи аудитора. Лід Скедьюли та програми. Аудиторська вибірка: посібник. Київ: ДП «Інформ.-аналіт. агентство». 2017. 396 с.

УДК 657

Н.В. Петренко, студентка 3 курсу
кафедры финансового менеджмента
Полесский государственный университет
(Республика Беларусь)

АУДИТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ПО ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в данной статье раскрыта сущность аудита доходов и расходов по текущей деятельности организации. В ходе работы авторами были даны определения доходам и расходам организации, а также изложены цели осуществления аудита организации.

Ключевые слова: аудит, доходы, расходы, текущая деятельность.

Согласно инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов № 102, под доходами по текущей деятельности будем понимать выручку от реализации продукции, товаров, работ, услуг, а также прочие доходы по текущей деятельности. Под расходами по текущей деятельности будем принимать часть затрат организации, относящуюся к доходам по текущей деятельности, полученным организацией в отчетном периоде. Расходы по текущей деятельности включают в себя затраты, формирующие:

- себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг;
- управленческие расходы;
- расходы на реализацию;
- прочие расходы по текущей деятельности [1].

Для того, чтобы определить сущность аудита доходов и расходов по текущей деятельности, необходимо также дать определение слову аудит. Согласно закону Республики Беларусь об аудиторской деятельности № 56-З, аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности – аудиторская услуга, по независимой оценке, бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица, в том числе составленной в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) и их Разъяснениями или законодательством других государств, в целях выражения аудиторского мнения о ее достоверности

[2].

Цель аудита учета доходов и расходов состоит в:

-подготовке и представлении финансовой отчетности, полезной для потребителей, которая должна быть сопоставимой как с собственной финансовой отчетностью компании за предшествующие периоды, так и с финансовой отчетностью других компаний;

-подготовке и представлении финансовой отчетности, достоверно и полно отражающая финансовое положение компании.

Из целей аудита выходят и его задачи, описанные в схеме 1

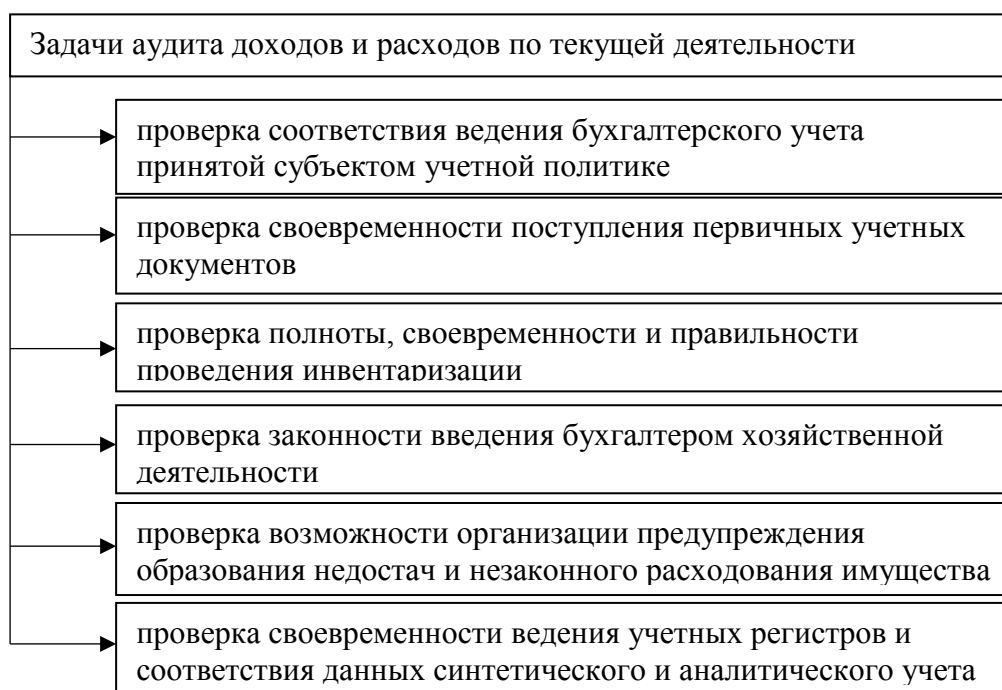


Рис. 1. Задачи аудита доходов и расходов по текущей деятельности

Чаще всего аудит прочих доходов и расходов строится по следующей схеме.

1. Анализ хозяйственных операций по прочим доходам и расходам с точки зрения их правомерности и корректности.
2. Изучение отражения этих операций на бухгалтерских счетах.
3. Проверка конкретных цифр, сопоставление источников [3].

В ходе проведения аудита доходов и расходов по текущей деятельности, аудитор должен установить:

1. Санкционированность реализации продукции, товаров, работ, услуг в консолидируемых организациях;
2. Правильность оформления документов на реализованную продукцию, товары, работы и услуги;
3. Реализованная продукция, товары, работы и услуги контролируются и отображаются на соответствующих счетах;
4. Исправление ошибок при расчетах с покупателями взято под контроль, и пр [4].

Таким образом, надежность результатов аудита доходов и расходов по текущей деятельности в организациях обеспечивается соблюдением методических подходов к его проведению.

Список использованных источников:

1. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов: Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сент. 2011 г. № 102. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=W21224697> (дата обращения 11.03.2021).
2. Об аудиторской деятельности: Закон Республики Беларусь от 12 июля. 2013 г. № 57-3. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11300057> (дата обращения 12.03.2021).
3. Антипова А. М., Ахматалиева А.А. Аудит доходов и расходов организации. Новое слово в науке. Перспективы развития. 2016. № 3(9). С. 151–152.
4. Лашманова М.С. Риск при аудите доходов и расходов организации. *Новая наука: Стратегии и векторы развития*. 2016. № 118(1). С. 154–157.

*Научный руководитель: В.М. Ливенский, к.г.н., доцент,
доцент кафедры финансового менеджмента
Полесский государственный университет*

УДК 657.6

Ставицька В.О., здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
Спеціальності 071 Облік і оподаткування
Пилипенко К.А., д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ПРОВЕДЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ ТА ПОРЯДОК РЕАЛІЗАЦІЇ ЙОГО РЕЗУЛЬТАТІВ

Анотація: для ефективної діяльності підприємства керівнику необхідно мати повний контроль над його фінансовими справами. Для цього необхідним є залучення аудиту. Формування незалежної думки про фінансову звітність дає змогу запобігти подальшим помилкам та санкціям щодо підприємства. Незалежний аудит є інструментом підвищення рівня довіри до фінансової звітності, що дуже важливо для її зовнішніх користувачів.

Ключові слова: незалежний аудит, фінансова звітність, управлінський облік, аудитор, аудиторський звіт.

Для того, щоб бути в курсі всіх процесів на підприємстві, керівнику необхідно завжди контролювати ситуацію у всіх його сферах. І це стосується не лише виробничої діяльності, а й питань документообігу. Для того, щоб бути певним у достовірності даних, які надаються різними службами підприємства, потрібно своєчасно звертатися й до незалежних перевірок. Однією з форм фінансово-господарського контролю виступає аудит. Державний аудит має місце тоді, коли мова йде про використання державних та комунальних майна чи коштів. А незалежний аудит може бути застосований на підприємствах різної форми власності.

Згідно з статтею першою Закону України № 2258-VIII «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», завданням незалежного аудиту є надання обґрунтованої впевненості, яка приймається і виконується суб'єктом аудиторської діяльності згідно з вимогами цього Закону і міжнародних стандартів аудиту через перевірку фінансової звітності або консолідованої фінансової звітності з метою висловити незалежну думку аудитора про її відповідність усім суттєвим аспектам і вимогам міжнародних стандартів

фінансової звітності чи національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та законів України [1].

Завдяки проведенню своєчасної незалежної аудиторської перевірки підприємство отримує такі переваги:

– впевненість керівника в діях його персоналу та, насамперед, бухгалтерської служби.;

– можливість мінімізувати податкові ризики, а також попередити бухгалтерські помилки, завдяки чому що усуне можливі майбутні розбіжності в звітності;

– підприємство отримує повну та прозору інформацію про його фінансовий стан;

– користувачі фінансової звітності, а саме – інвестори, будуть більше зацікавлені у вкладенні коштів в бізнес, який не матиме прогалин у звітності;

– аудит скорочує ймовірність майбутніх фінансових збитків, що в подальшому дасть вільні кошти для розвитку бізнесу;

– завдяки аудиторському висновку підприємство отримує можливість вдосконалити власну систему управлінського, бухгалтерського та податкового обліку [2].

Загальною метою аудиту є своєчасне виявлення та усунення порушень, які можуть призвести до подальших штрафів та введення санкцій. Також це отримання інформації про стан документообігу, управлінського та податкового обліку, надання рекомендацій щодо їх удосконалення [4].

Проведення аудиту охоплює такі етапи:

1. Клієнт замовляє проведення аудиту організації бухгалтерського обліку, також складає відповідний лист, на підставі якого експерти незалежної аудиторської компанії зможуть ознайомитися з фінансово-господарською діяльністю підприємства, яке підлягає аудиту;

2. Розробляється план робіт та проходить підписання договору;

3. Відбувається безпосередній збір аудиторських доказів, перевіряється

система бухгалтерського обліку;

4. Завершальний етап аудиту, який передбачає аналіз зібраних даних та як підсумок – підтвердження бухгалтерської звітності чи її спростування.

Відповідно до статті 14 Закону України № 996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», після проведення аудиту мають оприлюднювати аудиторський звіт разом з річною фінансовою звітністю або річною консолідованою фінансовою звітністю такі категорії підприємств:

– ті, що становлять суспільний інтерес (окрім великих підприємств, які не є емітентами цінних паперів), публічні акціонерні товариства, суб'єкти природних монополій на загальнодержавному ринку і суб'єкти господарювання, що здійснюють діяльність у видобувних галузях (не пізніше ніж до 30 квітня року, що настає за звітним періодом);

– великі підприємства, що не є емітентами цінних паперів, й середні підприємства (не пізніше ніж до 1 червня року, що настає за звітним періодом);

– інші фінансові установи, які належать до мікропідприємств та малих підприємств (не пізніше ніж до 1 червня року, що настає за звітним періодом) [3].

Отже, підсумовуючи усе вищесказане, можна сформулювати висновок, що незалежний аудит на підприємстві є невід'ємним аспектом формування уявлення про стан управлінського обліку та фінансової звітності. Як свідчить досвід підприємств, успіх бізнесу в більшості випадків залежить від залучення досвідчених консультантів, які можуть дати об'єктивну оцінку, зі сторони. Залучення незалежних аудиторів дає можливість позбутися низки ризиків для бізнесу, а також приймати виважені й правильні управлінські рішення.

Список використаних джерел:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення: 07.04.2021).

2. Аудит. Audit Invest: веб-сайт. URL: <https://audit-invest.com.ua/ua/audit> (дата звернення: 07.04.2021).

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 07.04.2021).

4. Пилипенко К.А., Маначинський Т.О. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку аудиту в Україні. Проблеми обліково – аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю : матер. ІУ Всеукр. наук. – практ. конф. (м. Полтава, 24 жовтня 2019 р.). Полтава: ПДАА, 2019. С. 370 – 372.

СЕКЦІЯ 5
ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА
ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ

УДК 336.11

Л.В. Барабаш, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський національний університет садівництва
(м. Умань, Україна)

ПОВЕДІНКОВІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

Анотація: Функціонування податкової системи України на сучасному етапі розвитку відзначається високим фіскальним тиском і доволі низьким рівнем ефективності. Її однією з важливих груп факторів, що в більшості випадків зумовлюють негативний вплив, є поведінкові чинники.

Ключові слова: податкова система, поведінкові фактори, фактори впливу, економічна поведінка

Податкова система України, як і всіх країн світу, є явищем мінливим і багато в чому вразливим. При цьому її функціонування визначається умовами й особливостями реалізації встановлених законодавчо норм у площині окремих систем оподаткування: місцевої, доходів фізичних осіб, прибутку підприємств, доданої вартості тощо, а одержувані ефекти є взаємозалежними.

Водночас нестабільність і низька ефективність функціонування податкової системи зумовлюються не лише трансформаціями на зовнішньому та внутрішньому ринках. Найбільша кількість різнопланових чинників впливу, як прямого, так і опосередкованого, знаходяться всередині країни, створюючи передумови не лише розвитку окремих секторів національного господарства, а й визначаючи їхнє функціонування на перспективу. І, звичайно ж, закладаючи основи ефективності функціонування податкової системи (рис. 1).

Серед наведених на рис. 1 груп факторів впливу на податкову систему відносно новими для вітчизняної фінансової сфери є поведінкові чинники. Саме їх зарубіжна фінансова наука вже давно визнала одними з найактивніших у площині впливу на формування та перебігу всіх фінансово-економічних процесів.



Рис. 1. Групи факторів впливу на податкову систему [1]

Водночас передумови, що визначають характер таких чинників, криються в мірі реалізації податковою системою принципу соціальної справедливості. Залежно від пріоритетності для держави, визначається поведінка платників податків: вони обирають або сторону легального оподаткування, або ж ухиляються від нього. «Справедливість податків вважається неекономічною змінною, яка визначає ухилення від сплати податків та є важливим фактором прийняття рішень платниками податків», – вважає група зарубіжних дослідників [3]. І саме ухилення від сплати податків стає нормою для суспільства, де податки виконують переважно фіскальну функцію. Підтримку такої позиції знаходимо в групи науковців з Йорданії, які зауважують: «Коли уряд, забезпечуючи збільшення податків, вводить новий податок, це може збільшити навантаження

на платників, тим самим заохочуючи їх брати участь в ухиленні від оподаткування» [2].

Зосереджуючись на поведінкових факторах впливу на ефективність функціонування податкової системи, варто сконцентруватися на трьох основних: суспільна довіра населення до держави; звичаї й усталені норми поведінки; моральність суспільства. Усі вони зумовлюються ознаками не лише економічного, соціального та психологічного, а й історичного характеру, адже виникали у різні періоди часу, за різних економічних умов, що сприяли формуванню різних цілей і цінностей, а відтак – поведінки індивідів, соціальних груп, суспільства. При цьому економічна поведінка має як матеріально-речовий зміст, що відповідає за працю та її продукт, так і соціально-економічну форму, яка визначає суспільні відносини. І якісний та ефективний ринок, сталий економічний розвиток і соціально орієнтована держава сприяють зміні усталених вподобань і традицій і підвищенню ефективності функціонування податкової системи.

Список використаних джерел:

1. Богуславська А.О., Набатова Ю.О. Фактори впливу на обсяги податкових надходжень місцевих бюджетів. *Ефективна економіка*. 2017. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5773> (дата звернення 30.03.2021)
2. AlAdham, M., Abukhadijeh, M. A., & Qasem, M. F. (2016). Tax evasion and tax awareness evidence from Jordan. *International Business Research*, 9 (12), 65–75.
3. Farrar, J., Kaplan, S. E., & Thorne, L. (2017). The effect of interactional fairness and detection on Taxpayers compliance intentions. *Journal of Business Ethics*, 147(707), 1–14.

УДК 336.781.5

Бондаренко Н. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Ковальов В.В. здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
спеціальності фінанси, банківська справа та страхування
Уманський національний університет садівництва
(м. Умань, Україна)

ПРОЦЕНТНА ПОЛІТИКА КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Анотація: в статті досліджено управління процентною політикою, яка є однією з ключових складових елементів управління банківською діяльністю. З'ясовано, що процентна політика та рефінансування банків є головними засобами монетарної політики при врахуванні темпів інфляції.

Ключові слова: процентна політика, банківська діяльність, процент, ставка, овернайт, рефінансування, банк, депозитний сертифікат.

Ефективність функціонування банків значною мірою залежить від ефективної організаційної роботи та провадження процентної політики, а саме: ставки за активними операціями повинні перевищувати ставки за пасивами. Саме тому кожен банк прагне виробити таку оптимальну процентну політику, щоб, окрім забезпечення максимального прибутку, одержати ще й конкурентні плюси на ринку банківських послуг.

Процентна політика є однією з основоположних складових часток управління банківською діяльністю. Вивчення динаміки руху процентних ставок показує, що процентна політика характеризує непрості механізми оцінки ощадної та кредитної політики банку. В інтересах банку проводити таку процентну політику, яка б повною мірою забезпечувала йому отримання необхідного рівня прибутку і була приваблива для існуючих і потенційних клієнтів. Процентна політика банку – це комплекс заходів щодо управління процентними ставками за активними і пасивними операціями, що перебуває під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, формується та реалізується з метою максимізації чистого процентного доходу [1].

Процентна ставка є одним з основних монетарних інструментів

центрального банку, за допомогою якого здійснюється вплив на вартість грошей. Центральні банки, які ставлять собі за мету досягнення кількісних цілей щодо інфляції, мають подібні підходи до реалізації процентної політики. Як правило, процентна політика складається з двох основних елементів: ключової процентної ставки монетарної політики – процентної ставки за основними операціями центрального банку з надання або вилучення ліквідності. Роль ключової процентної ставки монетарної політики Національного банку України відіграє облікова ставка; коридору процентних ставок за операціями постійного доступу (кредити центрального банку овернайт та депозитні сертифікати на цей термін). Такий коридор обмежує коливання процентних ставок на міжбанківському кредитному ринку навколо ключової ставки. За нормальних умов функціонування в банків немає стимулів проводити операції на міжбанківському ринку за ставками поза межами коридору процентних ставок за операціями постійного доступу [2].

Процентна політика та рефінансування банків є головними засобами монетарної політики, а Національний банк України як емісійно-касовий центр країни встановлює порядок визначення облікової ставки та інших процентних ставок за своїми операціями. У своїй процентній політиці комерційні банки повинні враховувати темпи інфляції. Внаслідок інфляційного зростання цін збільшується номінальний обсяг національного продукту. Для його реалізації повинна пропорційно зростати «поточна маса» економічних суб'єктів, що викликає відповідне зростання попиту на кредит. А це у свою чергу підштовхує до підвищення номінальної ставки відсотка. Якби темпи росту номінальної процентної ставки збігалися з темпами росту цін, то реальна ставка відсотка залишилася б незмінною. У цьому ж випадку залишилася б незмінною й альтернативна вартість грошей, обсяги реального попиту на гроші й реальна їх пропозиція. Тобто рівновага грошового ринку не була б порушена ціновою інфляцією. Залежність динаміки номінальних процентних ставок від темпів інфляції широко визнається в закордонній економічній літературі. Вона відома

за назвою «ефект Фішера», згідно з яким процентні ставки реагують на зміну товарних цін (інфляцію) у співвідношенні 1:1. Ця закономірність ураховується центральними банками західних країн у грошово-кредитній політиці, що виявляє певне вплив на процентну політику банків. Проте для України такий взаємозв'язок динаміки інфляції і банківського проценту не просліджується [3].

З метою оптимізації процентної політики комерційного банку в частині встановлення відсоткових ставок за депозитами, за необхідне видається зважати те, що: в умовах сформованого напруженого фінансового стану зі збалансованістю грошових доходів і витрачань населення, а також наявності серйозних ресурсів у тіньовому сегменті економіки потрібно посилити стимулювання стабільного і протяжного зберігання заощаджень; з огляду на зниження купівельної спроможності гривні і, відповідно, знецінення заощаджень населення в умовах інфляції, необхідна індексація коштів населення за внесками у банках; при покращанні процентної політики банку важливо брати до уваги збільшення і диференціацію прибутків мешканців країни.

Список використаних джерел:

1. Малахова, О. Л. Базові аспекти формування та реалізації банками процентної політики. Економічний аналіз : зб. наук. Праць. Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету "Економічна думка", 2015. Том 21. № 1. С. 185-192. ISSN 1993-0259.

2. Процентна політика Національного банку України та її роль. Національний банк України. URL: <https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish>

3. Остропольська Є. В. Роль та значення процентної політики банку в забезпеченні ефективного функціонування банківської сфери України. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2015/43.pdf

УДК 368.9

Власюк С.А., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Андрусішина І.В., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
Уманський національний університет садівництва
(м. Умань, Черкаська обл., Україна)

СУТНІСТЬ ТА ДОЦІЛЬНІСТЬ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

Анотація: Розглянуто розвиток страхування життя як в цілому, так і в Україні. Проаналізовано сучасний стан накопичувального страхування життя та вплив чинників на його розвиток. Надано пропозиції щодо покращення страхування життя та страхування в цілому як складових важливого інституту соціально-економічного захисту населення в умовах сьогодення.

Ключові слова: страхування, накопичувальне страхування, недержавний пенсійний фонд, , страхові премії та виплати

Страхування життя є основною складовою особистого страхування, яке покликане виконувати важливу роль відносно населення, адже його основне призначення – створення фінансової безпеки для окремих громадян та їх сімей.

Страхування життя як вид особистого страхування з'явилося в Європі наприкінці XVII ст. спочатку як додаток до морського страхування, коли поряд зі страхуванням кораблів і вантажів почали укладати договори страхування життя капітанів кораблів. У 1663 р. англійський підприємець Джеймс Додсон створив власне товариство зі страхування життя. В основу діяльності товариства було покладено методи наукової статистики. Д. Додсон розрахував середній вік і кількість померлих за рік у Лондоні та застосував ці дані для визначення розміру страхових премій. У 1740 р. в Англії була створена перша спеціалізована страхова компанія зі страхування життя [1].

Страхування життя – вид страхування, який передбачає захист майнових інтересів застрахованої особи, що пов'язані з її життям, діяльністю та смертю.

З часом коло видів страхування життя розширилось, і наразі страхування життя включає: страхування на дожиття застрахованої особи до зазначеного в договорі віку з одноразовою виплатою капіталу; страхування життя на випадок смерті; змішане страхування життя; страхування дітей до вступу до шлюбу;

страхування життя з виплатою ануїтету; довгострокове страхування життя працівників підприємств, установ за рахунок коштів роботодавців; страхування життя позичальника кредиту та ін. [2].

Нині, в Україні налічується близько 11 млн пенсіонерів та діє солідарна пенсійна система (пенсійні виплати пенсіонерам виплачують громадяни, що працюють як ФОП, та роботодавці за своїх співробітників).

Основна мета накопичувального страхування життя – заощадити кошти для фінансової впевненості. Цей вид страхування принципово відрізняється від інших ризикових видів страхування, тим що кошти людині повертаються – як у випадку смерті застрахованої особи, так і у випадку дожиття особи до дати визначеної договором.

Принциповою відмінністю страхування життя від усіх ризикових видів особистого страхування є те, що ймовірність настання страхових випадків завжди дорівнює 1, тобто виплата страхової суми має бути здійснена за будь-яких обставин, що, в свою чергу, вимагає особливих підходів до організації страхового захисту. Всі види страхування життя проводяться тільки в добровільній формі.

Страхування життя є важливим елементом соціального захисту населення і має свої особливості, що відокремлює його від інших видів страхування, оскільки допомагає застрахованій особі не лише мінімізувати страхові ризики, а ще й заощадити та примножити власні кошти. Крім цього, важливою особливістю страхування життя є те, що страховим випадком може бути подія без ознак шкоди для застрахованої особи, тобто це суперечить всім визначенням страхового випадку. Варто згадати про таку особливість страхування життя – страхова подія має статися обов'язково (закінчення строку дії договору страхування життя). І це також не відповідає уявленням про страхову подію, яка повинна мати ознаки випадковості та ймовірності. Ще однією особливістю є те, що страховик в будь-якому випадку здійснить виплату застрахованій особі у разі дожиття до обумовленого віку або ж по закінченню дії договору чи третій особі

у разі смерті застрахованої особи. Тобто застрахована особа має гарантію отримання коштів і страхування життя – єдиний з усіх видів страхування, який може це гарантувати [3].

Принципи страхового відшкодування (обсяг відповідальності страховика) охоплюють:

- при страхуванні на дожиття: особі, яка дожила до встановленого віку і сплатила страхові внески, страховик виплачує повну страхову суму, а в разі смерті застрахованого в період дії договору страхування така сума виплачується спадкоємцям;

- при страхуванні на випадок смерті: страховик за умови внесення страхувальником страхових внесків виплачує 100 % визначеної попередньо страхової суми у всіх випадках смерті, коли б вона не сталася;

- при втраті страхувальником здоров'я від нещасного випадку, що трапився протягом дії договору страхування: страховик виплачує частину чи повну страхову суму пропорційно до ступеня втрати здоров'я. Ступінь втрати здоров'я визначається за спеціально складеними таблицями [4].

Поки в Україні система накопичувального страхування працює добровільно – накопичувати на пенсії українці можуть через недержавні пенсійні фонди та вкладаючись в пенсійні програми компаній зі страхування життя. В пенсійне страхування українці вкладаються охочіше, ніж в Недержавні пенсійні фонд. За її статистикою, за 2019 рік програми накопичувального страхування життя мають близько 500 тисяч осіб з накопиченими активами на 11 млрд гривень, а клієнтами НПФ є 83 тисяч вкладників з сумою активів в 3,1 млрд гривень. в розвинених країнах пенсійний вік вищий, ніж в Україні – від 65 до 73 років. Тому багато хто виходить на заслужений відпочинок раніше. Та завдяки накопиченій пенсії живуть якийсь час в очікуванні державної [5].

Страхування життя є важливим інструментом в забезпеченні соціального захисту населення та важливим джерелом надходження інвестицій в економіку країни. Проте, довготривала економічна криза, низька фінансова грамотність

населення та низка неконтрольованих фінансових афер (в т.ч. зникнення Держстраху), істотно підірвали інтерес споживача до особистих страхування.

Отже, наразі необхідним постає відновлення довіри населення до страхових компаній. Так як, страхування життя та страхування в цілому важливий інститут покликаний для соціально-економічного та фінансового захисту життя і здоров'я, накопичення заощаджень на пенсію, гарантованості страхової суми, має комфортний внесок, можливість податкового кредиту, збереження коштів.

Список використаних джерел:

1. Журавка О. С. Страхування : навчальний посібник / О. С. Журавка, А. Г. Бухтіарова, О. М. Пахненко. Суми : Сумський державний університет, 2020. 350 с.
2. Артюх Т. М. Страхування життя в умовах сучасного страхового ринку України. *Фінанси, облік і аудит*. 2011. № 18. С. 9–15.
3. Кириченко А. В. Особливості страхування життя населення. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, грудень 2019. № 15(43). С. 104–107.
4. Сич О. А., Вольська Н. Р. Сутність страхування життя та його доцільність. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6120>
5. Ковтун О. Безбідна старість чи марні витрати: як працює накопичувальне пенсійне страхування та скільки на цьому заробляють URL: <https://ucap.io/bezbidna-starist-chy-marni-vytraty-yak-praczyuye-nakopychuvalne-pensijne-strahuvannya-ta-skilky-na-czomu-zaroblyayut/>

УДК 368

Власюк С.А., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Андрусішина Н.В., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
Уманський національний університет садівництва
(м. Умань, Черкаська обл., Україна)

ОСНОВНІ АСПЕКТИ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто основні проблеми розвитку ринку медичного страхування. Встановлено основні джерела фінансування медицини як в Україні, так і за кордоном. Запропоновано запровадження обов'язкового медичного страхування як ефективного сегменту страхування загалом.

Ключові слова: страхування, медичне страхування, фінансування, охорона здоров'я, страховий поліс

Протягом тривалого часу перед суспільством постають проблеми відшкодування втрат, що виникають внаслідок природного стихійного лиха (землетрусу, пожежі, повені, засухи тощо); згубних дій, зумовлених людською діяльністю, суспільними протиріччями; хворобами (втрата працездатності) тощо. Саме тому, для ефективного соціально-економічного розвитку країни постає питання створення дієвої системи захисту громадян від негативного впливу ризиків, котрі виникають у сферах суспільного життя. У системі заходів щодо поліпшення соціальної захищеності громадян важливе місце посідає можливість одержання необхідної, своєчасної та якісної медичної допомоги.

Медичне страхування (Medical Insurance) – це форма особового страхування, що гарантує громадянам отримання медичної допомоги при настанні страхової події за рахунок нагромаджених страхових фондів. З соціально-економічної точки зору медичне страхування є однією з найважливіших складових національних систем охорони здоров'я. Актуальність даного питання полягає у тому, що медичне страхування є формою захисту від ризиків, що загрожують найціннішому в особистому та громадському відношенні – здоров'ю та життю людини. Медичне страхування як форма соціального захисту у сфері охорони здоров'я представляє собою гарантії забезпечення медичною допомогою за будь яких обставин, у тому числі у зв'язку

із хворобою та нещасним випадком. До теперішнього часу визначаються три основні види фінансування охорони здоров'я: державне, обов'язкове та добровільне медичне страхування та змішана форма [1].

Метою медичного страхування є: захист здоров'я і працездатності співробітників підприємства; зниження фінансових проблем роботодавця і співробітників, пов'язаних з організацією і наданням медичної допомоги; скорочення кількості днів непрацездатності співробітників за рахунок надання якісної медичної допомоги і контролю над процесом одужання; додатковий стимул для співробітників до збереження робочого місця і підвищення якості роботи [2].

Всі ми згодні з тим, що здоров'я не купиш за гроші, а профілактика та відновлення здоров'я можуть обійтися дуже дорого. Якісні медичні послуги коштують недешево. Тому ліпше здоров'я застрахувати.

В Україні, у порівнянні з країнами членами Євросоюзу та світу, низький рівень витрат на медицину. Пандемія COVID-19 виявила слабкі ланки в медичних системах різних країн. В Україні – показала катастрофічний стан охорони здоров'я в частині забезпечення доступності та якості медичних послуг. Один із чинників – відсутність ефективної системи фінансування охорони здоров'я. Жодна сучасна країна, навіть із найвищим рівнем ВВП на душу населення, не бере на себе такої відповідальності – повністю забезпечити своїх громадян безкоштовними медичними послугами. Офіційними документами Всесвітньої організації охорони здоров'я визначено п'ять джерел фінансування медичних послуг: кошти платників податків (бюджет), добровільне медичне страхування громадян, програми добровільного страхування роботодавців (витрати приватних компаній), кошти донорів або неурядових організацій, безпосередні витрати громадян (або домогосподарств) [3].

Охорона здоров'я України стоїть на етапі кардинальних змін, пов'язаних з регламентуванням нормативно-правової бази. Будь-яку реформу як в галузі охорони здоров'я, так і в будь-якій іншій галузі можна розглядати як

інноваційний процес, елементами якого є аналіз, узагальнення та критична оцінка світового досвіду та адаптація результатів такого аналізу до реально існуючої ситуації в країні.

Страхові компанії, лікарняні каси, фонди, які отримують страхові внески, займаються не лише фінансуванням, а й контролюють якість послуг, стимулюють заходи з профілактики захворювань, допомагають позбутися шкідливих звичок.

Наприклад, у Нідерландах є два види медичного страхування – базове та додаткове. Базове покриває видатки на випадок хвороби, нещасного випадку та вартість рецептурних препаратів. Малозабезпечені громадяни отримують від держави знижку до 80% від вартості базової страховки. Додатковий пакет збільшує кількість послуг. Наприклад, додає стоматологію. Страхові компанії мають широкі повноваження – самі вирішують, з якими лікарнями співпрацювати, куди направити пацієнта, активно фінансують профілактику захворювання [4].

В Німеччині роботодавці сплачують половину суми страховки всім працівникам. Люди, що працюють на себе, мають сплачувати всю суму. Також громадянин може включити в свою страховку непрацюючого чоловіка або дитину. За державним страхуванням отримують такі послуги: консультації лікарів загальної практики, стаціонарне та амбулаторне лікування, стоматологічний догляд. Медичні препарати, прописані лікарем, коштують пацієнту не більше 10% від їхньої загальної вартості. Для дітей – безкоштовно [4].

В Ізраїлі створена система обов'язкового страхування через медичні каси. Працюючі громадяни відраховують відсоток від зарплати, громадяни пенсійного віку – від виплати за поважний вік, інваліди – від виплат за інвалідність. В аптеці для членів каси вартість лікарських засобів складає 15%, інші 85% компенсує медична каса. Серед послуг, які не оплачуються, приїзд швидкої допомоги – коштує близько 110 євро. В кожній лікарняній касі є додаткове страхування, яке

збільшує кількість послуг: дозволяє отримати психологічну допомогу, лікування в стаціонарі, провести операцію за кордоном [5].

Отже, запровадження обов'язкового медичного страхування сьогодні полягає не лише в площині пошуку якоїсь ідеальної моделі, а майже повністю залежить від темпів розвитку економіки, збільшення та детінізації доходів. Оформлення поліса гарантує отримання кваліфікованої медичної допомоги в разі виникнення страхового випадку. Наявність страхового поліса може виявитися життєво важливою в ситуації нещасного випадку, при різкому погіршенні здоров'я, виникненні стресової ситуації. Саме договір дає впевненість в тому, що допомога буде надана вчасно і на гідному рівні.

Список використаних джерел:

1. Коваль О.А., Ночвай О.І. Проблеми та перспективи впровадження медичного страхування в Україні. *Ефективна економіка*. 2014. № 4.
2. Страхова медицина. URL: <http://rcmdc.com.ua/patsientam/strahova-meditsina.html>
3. Бутковская Т. Есть ли будущее у добровольного медицинского страхования в Украине? URL : <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2021/01/29/7281700/>
4. Радущкий М. Коли і яким чином в Україні запрацює обов'язкове медичне страхування? *Українська правда*. URL: <https://life.pravda.com.ua/columns/2020/07/21/241715/>
5. Клепикова О. А., Соколовская З. Н. Інформаційна-аналітична модель процесу прийняття рішень для розвитку програм медичного страхування. *Бизнес Информ*. 2021. №1. С. 119–133.

УДК 334 ББК 65.208

Десятский С.П., к. ф.-м.н, доцент,
доцент кафедри «Вища та прикладна математика»

Мандра Н.Г. к.е.н., доцент,
доцент кафедри «Фінанси і банківська справа»

Лактіонова О.Ю., к.е.н., доцент,
доцент кафедри «Фінанси і банківська справа»

Мироненко Д.С., к.т.н., доцент,
завідувач кафедри «Інформаційні технології»
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
(м. Маріуполь, Україна)

АЛГОРИТМ АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

Анотація: Інструментарій предикативне аналітики (кореляційного і регресійного багатовимірної аналізу) дозволив сформулювати алгоритм моделює роботу аналітичної системи моніторингу доходів місцевих бюджетів для своєчасної їх коригування та отримання додаткового фінансування розвитку об'єднаних територіальних громад.

Ключові слова: предикативна аналітика; місцеві бюджети; алгоритм аналітичної системи, моніторинг, об'єднані територіальні громади.

Виявлено, що в структурі доходних джерел органів місцевого самоврядування в зарубіжних країнах переважають податкові та неподаткові надходження, які в середньому складають від 81% до 95% від усіх джерел. Муніципальні освіти в зарубіжних країнах з розвиненою економікою мають можливість здійснення витрат на виконання своїх повноважень за рахунок власних доходних джерел. Одними з основних джерел податкових доходів місцевих бюджетів більшості країн є прибутковий податок з фізичних осіб. Такі надходження переважають в місцевих бюджетах: Швейцарії, Ісландії, Фінляндії, Німеччини, Данії, Швеції, Норвегії. У Скандинавських країнах значимість прибуткового податку найбільша - надходження від них забезпечують 90-97% доходів місцевих бюджетів, причому в Фінляндії і Швеції на користь муніципалітетів зараховується понад 70% надходжень; в Словенії, Данії, Норвегії, Естонії, Ісландії - більше половини надходжень [1]. З метою порівняння структур надходжень до місцевих бюджетів України із зарубіжними,

а також з метою виявлення можливості коригування податкових, неподаткових надходжень і трансфертів до доходної частини місцевих бюджетів з'явилася необхідність формування алгоритму моделює роботу аналітичної системи, що забезпечує автоматизацію аналітичних робіт для прийняття управлінських рішень, в тому числі в області надходжень до дохідної частини місцевих бюджетів. Алгоритм аналітичної системи моніторингу факторів надходжень дозволить знизити витрати і підвищити ефективність управління місцевими бюджетами, збільшити їх дохідну частину, отримати додаткове фінансування розвитку об'єднаних територіальних громад.

Показана можливість використання інструментарію предикативне аналітики в моніторингу надходжень і у виявленні можливості своєчасного коректування елементів податків, зборів і платежів для зниження витрат і формування додаткового фінансування розвитку малого, середнього бізнесу та кооперативного сектора економіки в період формування об'єднаних територіальних громад в Україні. Сформовано алгоритм моделює роботу аналітичної системи, спрямованої на підвищення ефективності управління доходною частиною місцевого бюджету на прикладі м. Маріуполя. Здійснили збір (opendata, openbudget) [2], аналіз і обробку даних, необхідних для вирішення поставлених завдань.

Динаміка надходжень до місцевого бюджету м. Маріуполя за період 2018-2020 рр. (рис.1).

Виявили, що найбільш динамічними надходженнями є: НДФЛЗП (податок на доходи фізичних осіб, на заробітну плату) і ОТР - трансферти, це відповідає структурі місцевих бюджетів розвинених країн. Решта надходження (податкові і неподаткові) мають незначне зростання в дохідної частини місцевого бюджету м. Маріуполя і практично не змінюються за період 2018-2020 рр. Це повідомляє про неефективне управління надходженнями до доходної частини досліджуваного місцевого бюджету. У таких випадках або змінюють елементи окремих податків, зборів і платежів для збільшення податкової бази, або

відмовляються від цих надходжень як неефективних.

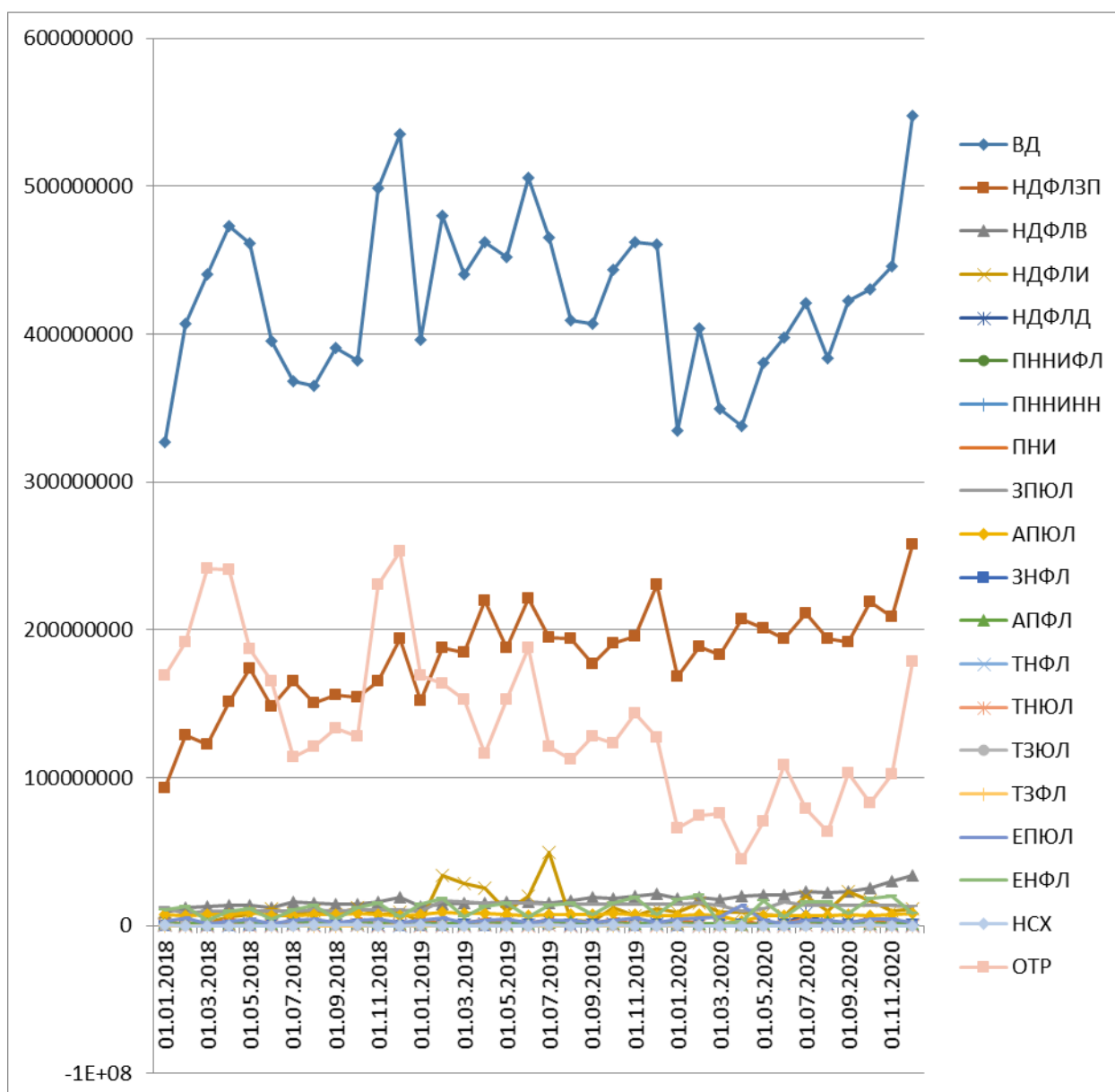


Рис. 1. Динаміка надходжень до дохідної частини місцевого бюджету м Маріуполя 2018-2020 рр.

Для здійснення моніторингу надходжень до дохідної частини місцевого бюджету використовували інструментарій предиктивної аналітики, в т.ч. кореляційний і багатовимірний регресійний аналіз. Для підвищення продуктивності моніторингу та зниження витрат на управління місцевим бюджетом, а також для своєчасного коректування елементів податків, зборів і платежів був сформований алгоритм моделює роботу аналітичної системи

управління доходною частиною місцевого бюджету (рис.2).



Рис.2. Алгоритм, що моделює роботу аналітичної системи моніторингу доходної частини місцевого бюджету для своєчасного коректування надходжень

Використовуючи кореляційний аналіз сили зв'язку надходжень до доходної частини місцевого бюджету з обсягом доходної частини визначали значущі і незначущі фактори. Елементи незначущих факторів змінювали, потім відповідно до алгоритму автоматизації моделювання аналітичної системи

отримували значення надходжень до дохідної частини місцевого бюджету. Потім, використовуючи регресивні моделі прогнозування отримували рівняння дохідної частини бюджету, операції повторювалися (рис.2).

Сформований алгоритм забезпечить ефективне функціонування аналітичної системи як цілісної системи, спрямованої на мінімізацію витратної складової і максимізацію надходжень до дохідної частини місцевого бюджету. Використання алгоритму дозволить моніторити дохідну частину місцевого бюджету з метою коригування елементів податкових надходжень до місцевого бюджету.

Список використаних джерел:

1. Заярная І.А., Кольцюк Н.В. РОЛЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ муніципільним ФІНАНСАМИ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ. *Вісник Алтайської академії економіки і права*. 2020. № 6-2. С. 236-240;

2. Відкритий бюджет. Openbudget <https://openbudget.gov.ua/local-budget?id=26000000000>

УДК 339.7:336.7

Дойнік Ю. В., студентка
3-го курсу кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

Анотація: належне функціонування міжнародного фінансового ринку неможливе без впровадження та розвитку діяльності посередників. Цю важливу посередницьку роль виконують саме банки та небанківські фінансові установи. Фінансові посередники являються надзвичайно важливим елементом великої фінансової системи.

Ключові слова: фінансові посередники; фінансовий ринок; банківська система; банки; небанківські фінансові установи; кредитні установи; страхові компанії; недержавні пенсійні фонди; ломбарди; лізингові компанії.

Якісне функціонування фінансового ринку значною мірою залежить від діяльності фінансових посередників на ньому, особливо в сучасних умовах, коли фінансова система зазнає істотних змін. Посередники – це професіональні учасники фінансового ринку, їх основним призначенням є саме забезпечення фінансування економічної діяльності та здійснення перерозподілу капіталу.

В Україні через загальмований розвиток фондового ринку ключова роль у здійсненні посередницької діяльності на фінансовому ринку належить банківській системі (БС), котра в свою чергу є важливим елементом економіки та, зрештою, основою кредитно-фінансової системи країни. Без банківської системи функціонування сучасної економіки є неможливим. БС України являється законодавчо визначеною та чітко структурованою сукупністю фінансових посередників грошового ринку, котрі займаються банківською діяльністю [1]. В Україні існує дворівнева банківська система, котра складається з НБУ та комерційних банків. Другий рівень відіграє важливу роль у посередництві ринку.

Відносини поміж рівнями будуються на основі положень Закону «Про банки і банківську діяльність». За статистикою Міністерства Фінансів в Україні станом на 01.01.2021 р. нараховується 73 діючих банки [2].

Не менш важливими в посередництві є й страхові компанії, котрі на фінансовому ринку виступають не лише страховиками та фінансовими інвесторами, а й фінансовими посередниками.

Станом на 31.03.2018 р. загальна кількість страхових компаній становила близько 292. На момент сьогоднішнього дня кількість страхових компаній має тенденцію до зменшення, зокрема станом на 31.03.2018 р., порівняно з аналогічною датою 2017 р., кількість компаній зменшилася на 15 од. [3]. Це зменшення можна обґрунтувати низькою зацікавленістю населення в страхуванні, котра в свою чергу виникає внаслідок низької платоспроможності та недовіри до діяльності страхових компаній.

Ще одним важливим інститутом-посередником на фінансовому ринку виступають недержавні пенсійні фонди (НПФ) - поширена в усьому світі система накопичення коштів для забезпечення додаткової, окрім державної, пенсії. Трансформуючи вільні кошти індивідуальних і корпоративних інвесторів у інвестиції, вони виступають джерелом довгострокових інвестиційних ресурсів, які сприяють економічному зростанню національної економіки.

Головною метою фонду є завдяки невеликим, але регулярним внескам, протягом тривалого періоду накопичити капітал, який потім буде виплачений у вигляді пенсійних виплат його учасникам. Кошти на рахунку учасника накопичуються завдяки постійним внескам та щоденній капіталізації відсотків. Упродовж періоду виплат кошти продовжують працювати та приносити інвестиційний прибуток .

Станом на 31.03.2020 р. в Україні було зареєстровано 63 недержавних пенсійних фондів, звітність до Нацкомфінпослуг подало 57 НПФ (з них 1 НПФ має нульові показники). Всього загальна вартість активів недержавних пенсійних фондів станом на 31.03.2020 р. становить 3106,5 млн. грн. Учасниками НПФ є більше, ніж 878,3 тис. осіб. Недержавні пенсійні фонди активно виконують своє головне призначення та виплачують пенсії учасникам. Так, станом на 31.03.2020 р. НПФ виплатили більше, ніж 986,7 млн. грн. пенсій [4].

В багатьох розвинутих країнах світу значну частину інвестицій складають інвестиції, що пов'язані з лізингом. Лізингові компанії забезпечують рух капіталу від лізингоодержувача, спрямовують та перерозподіляють вільні грошові кошти поміж усіма учасниками, залучають страхові компанії для перерозподілу ризиків і банківські установи з метою підвищення рівня ліквідності. Якщо для страхових компаній та банків перевагою в такому співробітництві являється отримання доходу, то для підприємств окрім отримання доходу виникає ще й можливість придбання на вигідних умовах товарів, або ж забезпечення додаткових каналів збуту. Саме в пошуку та залученні вільного капіталу заключається головна функція лізингових компаній, котрі на фінансовому ринку виступають важливими посередниками.

Посередницьку діяльність на фінансовому ринку також виконують і ломбарди, котрі надають споживчі кредити фізичним особам за рахунок власних та залучених коштів під заставу рухомого майна. В цілому ломбарди орієнтовані на видачу короткострокових кредитів.

Варто зауважити що кількість ломбардів в Україні, на відміну від кількості їх структурних підрозділів, поступово скорочується: станом на кінець 2019 р. в Україні діяли 324 ломбарди з 6172 відділеннями, на кінець 2018 р. - 359 ломбардів із 6171 структурними підрозділами [5].

Отже, можна зробити висновок, що посередники на фінансовому ринку виконують важливі функції, кожна з яких має свою специфіку, залежно від діяльності, котру здійснює та чи інша установа-посередник. Діяльність таких установ пов'язана із акумулюванням тимчасово вільних коштів суб'єктів ринку з метою задоволення попиту на фінансові послуги учасників фінансових операцій із метою отримання прибутку.

Фінансові посередники покликані відігравати важливу роль на фінансовому ринку, оскільки їхня діяльність сприяє підвищенню ліквідності фінансових активів, диверсифікації ризику, зменшенню вартості фінансових операцій, а також створює умови, необхідні для активізації роботи всіх інших учасників

фінансового ринку.

Список використаних джерел:

1. Лаврушина О. И. Фінанси та статистика. Банковское дело: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. О. И. Лаврушина. Москва: Финансы и статистика, 2000. 672 с.

2. Сайт Міністерства фінансів України
URL: <https://index.minfin.com.ua/banks/stat/count/> (дата звернення: 09.03.2021).

3. Аналітичний огляд ринку небанківських фінансових послуг України за 9 місяців 2018 року. Національне рейтингове агентство «Рюрік». URL: http://rurik.com.ua/documents/research/non_banks_3_2018.pdf (дата звернення: 09.03.2021).

4. Офіційний сайт Нацкомфінпослуг України.
URL: <https://nfp.gov.ua/ua/NPF//> (дата звернення: 09.03.2021).

5. Діденко С. Робота ломбардів в Україні змінюється: нові правила. URL: <https://ua.news/ua/rabota-lombardov-v-ukrayne-menyaetsya-novye-pravyla-nbu/#:~:text=%D0%9E%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%83%20%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%B4%D1%96%D0%B2,%D0%B7%206%20171%20%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B8%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B4%D1%96%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B8>. (дата звернення: 09.03.2021).

*Науковий керівник: Лакіза В. В., к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національний університет «Львівська політехніка»*

УДК 336

Я. Дроботя, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Полтавський державний аграрний університет
(м. Полтава, Україна)

БАНКИ ЯК УЧАСНИКИ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ

Анотація: Визначено основних учасників платіжної системи. Досліджено діяльність банків як учасників платіжної системи. Визначено основні функції банків як учасників платіжної системи, зокрема функції банків емітентів, банків еквайрів та розрахункових банків.

Ключові слова: банки, платіжна система, учасники платіжної системи.

Економіки всіх без винятку країн на сьогодні вже не можливі у своєму функціонуванні без залучення таких посередників як банки, котрі забезпечують безперервність переміщення грошових засобів від одних економічних суб'єктів до інших [1].

Однак, дана безперервність переміщення є можливою не лише завдяки банкам і банківській системі, а й завдяки платіжним системам, учасниками яких є банки.

Платіжна система - система, котра утворена певними суб'єктами з ціллю забезпечення можливості здійснення розрахунків [4]. Платіжні системи утворені з ціллю безпечності та мобільності здійснення розрахунків. На сьогодні в межах Європи найпоширенішими платіжними системами є Visa і MasterCard [3].

Як і будь-яка система платіжна система у своєму складі має певних суб'єктів, зокрема:

- центральний банк;
- комерційні банки;
- небанківські фінансово-кредитні посередники;
- спеціалізовані посередники (пресингові, комунікаційні центри, центри з технічного обслуговування);
- небанківські користувачі платіжними послугами (приватні суб'єкти; юридичні особи, що надають послуги та здійснюють виробництво; державні

установи; брокери та дилери, котрі функціонують в межах ринків грошей, капіталів, товарів) [2].

Яка ж роль належить банкам у платіжних системах?

Досліджуючи дане питання, по перше, варто всі банки поділити на центральні та комерційні.

Так, зокрема НБУ, що є центральним банком України, як суб'єкт платіжних систем, здійснює реєстрацію учасників платіжних систем [2].

Комерційні банки, як учасники платіжних систем, згідно законодавства України, вважаються її учасниками лише маючи ліцензію платіжної системи стосовно емісії та еквайрингу [4, 5].

У випадку отримання даної ліцензії комерційні банки як учасники платіжної системи поділяються на:

- банки емітенти – банки, що випускають пластикові картки, мобільні платіжні інструменти та здійснюють їх обслуговування, проводять платежі за участі даних карток, мобільних платіжних інструментів;
- банки еквайри – банківські установи, що здійснюють операції еквайрингу (обробка транзакцій і надання торговцям всього спектру операцій із картками, мобільними платіжними інструментами);
- розрахункові банки – банки, які мають повноваження від платіжної організації певної платіжної системи на відкриття рахунків з ціллю здійснення клірингу [4, 5].

Список використаних джерел:

1. Аранчій В.І, Бойко Л.М., Черненко Л.В. Гроші та кредит: навч. посібник. Львів: Магнолія, 2010. 300 с.
2. Реєстрація резидентів та нерезидентів у якості учасників платіжних систем, платіжними організаціями яких є резиденти та нерезиденти. URL: <https://bank.gov.ua/ua/supervision/registration-participants/part-ps> (дата звернення 12.03.2021).
3. Платіжна система. URL: <https://platon.ua/ua/faq/chto-takoe-platezhnaya->

sistema (дата звернення 12.03.2021).

4. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 5 квітня 2001 р. № 2346-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14/ed20200703#Text> (дата звернення: 12.03.2021).

5. Про порядок реєстрації платіжних систем, учасників платіжних систем та операторів послуг платіжної інфраструктури: Положення від 5 березня 2014 р. документ z0348-14. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0348-14#Text> (дата звернення: 12.03.2021).

УДК 336.71:004

Н. Жидовська, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
(м. Дубляни, Україна)

РОЗВИТОК СИСТЕМИ BANKID В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Анотація: Подано визначення системи BankID та з'ясовано її сутність, проаналізовано розвиток системи BankID в Україні на сучасному етапі., визначено механізм роботи системи BankID, вказано переваги та недоліки її застосування порівняно з іншими найбільш розповсюдженими способами верифікації.

Ключові слова: банк, інтернет, BankID, верифікація, НБУ, клієнти банку, платіжна система.

Для того щоб отримати державні послуги, громадяни в більшості розвинених країн не повинні вступати в прямий контакт із чиновниками. Майже всі питання вирішуються через Інтернет. Однак при цьому виникає проблема як засвідчити особу людини, яка звернулася за адміністративною послугою через мережу Інтернет. Сучасні технології пропонують різні способи вирішення цієї проблеми, одним з яких є BankID. [1]

Національний банк України розпочав реалізацію проєкту BankID у 2015 році за зразком схожих проєктів, що були реалізовані в Швеції, Фінляндії, Естонії та Латвії.

BankID — це сервіс он-лайн верифікації клієнтів через українські банки, що дозволяє ідентифікувати клієнта в інтернет-ресурсі онлайн під час реєстрації або замовленні послуг чи товару. [2] Сервіс дозволяє віддалено, без необхідності особистого візиту, підтвердити особистість людини, використовуючи дані, які зберігаються в обслуговуючому банку (рис. 1).



Рис. 1. Сервіс он-лайн верифікації клієнтів BankID.

На сьогодні до системи BankID НБУ підключені такі банківські системи, як: Forward Bank, Південний, ПУМБ, Monobank (Універсал Банк), Ощадбанк, Кредобанк, Радабанк, Мотор-Банк, Банк Восток, Ідея Банк, Альянс-банк, А-Банк, Альфа-Банк Україна, Правекс-Банк, Банк «Глобус», Міністерство цифрової трансформації, яке запустило мобільний додаток «Дія» та інші абоненти-надавачі послуг.

Система BankID НБУ сьогодні налічує 49 абонентів. Це 22 банки та 27 інших установ – порталів послуг (зокрема 16 комерційних установ). За дев'ять місяців 2020 року у системі відбулося майже 4,2 млн успішних ідентифікацій, найбільше успішних ідентифікацій пройшло у вересні – понад 830 тисяч. На сьогодні найбільш поширеними є BankID від Ощадбанк та Приватбанк. [3]

Підключені сьогодні до Системи BankID НБУ банки разом складають частку у розмірі 87% ринку платіжних карток. Після приєднання ще низки банків, які зараз знаходяться на стадії тестування, використання можливостей системи стане доступним практично кожному українцю, який має банківський рахунок. Також слід зазначити, що технічна сторінка системи постійно оновлюється, вдосконалюється і змінюється дизайн. На даний час адаптовано мобільну версію системи BankID та доданий окремий режим для людей з вадами

зору і слуху.

Слід зазначити, що ідентифікація через систему BankID НБУ нічим не відрізняється від ідентифікації, тобто перевірки документів в банках, в очному режимі. Це означає, що українські банки записують і зберігають клієнтські дані під час відкриття рахунку: П. І. Б., скановані копії паспорта та індивідуальний податковий номер, адресу реєстрації тощо. Крім цього, держава (в особі Національного Банку України) затверджує стандарти реєстрації та зберігання клієнтських даних і контролює їх дотримання, а також доступ до клієнтських даних захищено так само надійно, як доступ до грошей (через інтернет-банк).

Система BankID НБУ вирішує проблему верифікації користувача через Інтернет. Щоб надати громадянину, наприклад, довідку, потрібно переконатися в тому, що це дійсно він. Якщо громадянин вибере верифікацію через BankID, він вводить логін/пароль свого інтернет-банку, проходить другий етап авторизації (наприклад, введення SMS-пароля) і таким чином підтверджує свою особу.

Система працює таким чином, що від користувача до порталу послуг поступають персональні дані, такі як: прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані, індивідуальний податковий номер, адреса, тощо, які шифруються і поступають через систему BankID НБУ до банку-ідентифікатора. Наступним етапом є двохфакторна авторизація персональних даних, накладання електронного підпису та печатки і передача зашифрованих даних на портал послуг.

Слід зауважити, що дана система віддаленої ідентифікації є безпечною, так як інтернет-канал для передачі даних є захищеним, вся персональна інформація перед передаванням шифрується відповідно до вимог захисту даних в Україні (захист персональних даних). На зашифровані дані накладається кваліфікований електронний підпис відповідального працівника банку або кваліфікована електронна печатка банку, який передає інформацію через Систему BankID НБУ. Дані шифруються виключно для передавання одному абоненту – надавачу послуг, щодо якого користувач власноруч ініціював запит, тому тільки цей

абонент – надавач послуг зможе розшифрувати зашифровану відповідь з даними від абонента – ідентифікатора.[4]

У процесі аналізу визначено, що система BankID здійснює дистанційну ідентифікацію громадян та підприємств, дає змогу отримати адміністративні послуги в онлайн-режимі, є надійною та безпечною. Впровадження цієї системи сприятиме боротьбі з корупцією і прозорості надання державних послуг.

Отже, можемо підсумувати, що система віддаленої ідентифікації BankID є новим і актуальним етапом в розвитку банківської та фінансово-кредитної сфери, який є необхідним для того, щоб спостерігати як розвиваються та вдосконалюються інформаційні технології.

Основною метою та способом для подальшого вдосконалення та поширення системи BankID НБУ є застосування принципу доступності для кожного банківського клієнта в Україні. Тому що, саме цей спосіб ідентифікації економить час та полегшує життя пересічних українців, спрощує їхній доступ до державних, комерційних і фінансових послуг.

Список використаних джерел:

1. <https://bank.gov.ua/ua/bank-id-nbu>
2. <https://kredobank.com.ua/private/inshe/bankid>
3. <https://wiki.1551.gov.ua/pages/viewpage.action?pageId=50626788>
4. <https://finclub.net/ua/analytics/banky-pereidut-na-viddalene-obsluhovuvannia-ukraintsiv.html>

УДК

Зборовская К.Г., Сучко Ю.А., Филько Э.Г., студентки
Ханкевич В.К., к.э.н., доцент кафедры налогов и налогообложения
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(г. Минск, Беларусь)

МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация: предложены мероприятия по развитию и усовершенствованию налоговой системы в Республике Беларусь, позволяющие экономике страны эффективно функционировать и улучшающие систему налогообложения. Рассмотрены проблемы и факторы, оказывающие влияние на функционирование налоговой системы государства.

Ключевые слова: налоговая политика, налоговая система, налоговые реформы, налоги, налоговые льготы, налогообложение.

Как показывает мировая практика, государство эффективно развивается при условии соблюдения налоговой политики, стимулирующей развитие производства. В свою очередь, налоговая политика представляет собой совокупность мер, направленных на изменение государственных доходов и расходов для эффективного функционирования налоговой системы.

Так, в Республике Беларусь существуют некоторые проблемы, влияющие на функционирование налоговой системы. Среди них выделяют: сложное законодательство, нечеткое изложение отдельных налоговых норм, высокая частота налоговых платежей, жесткие санкции за нарушения налогового законодательства, большое количество документов, необходимых для заполнения и многие другие. Для устранения данных проблем в стране существует ряд налоговых реформ, способствующих улучшению налоговой системы, а также уменьшению налоговой нагрузки.

Среди основных направлений налоговых реформ в Республике Беларусь можно выделить, например, упрощение налоговой системы за счет ликвидации низкоэффективных налогов и отчислений во внебюджетные фонды. Напомним, что Республика Беларусь занимает 178 место в рейтинге стран по уровню

сложности налоговой системы, общее число налогов в нашей стране составляет 124, а полная налоговая ставка – почти 145% [1].

Расширение налоговой базы за счет устранения ряда налоговых льгот, расширения круга налогоплательщиков и налогооблагаемых доходов, прежде всего, основывается на принципах поведенческой экономики. Если же налоговая нагрузка относительно невысокая, то это благоприятно отразится на экономике страны, ведь при соблюдении налогоплательщиками всех своих налоговых обязательств будут увеличиваться налоговые доходы, а впоследствии, и государственные доходы.

Также в настоящее время в Налоговом кодексе предусмотрена отдельная статья, в которой описываются различные меры, направленные на контроль за исполнением налоговых обязательств. Данные меры включают в себя, например, проверки, мониторинг, а также опрос налогоплательщиков, проверки данных учёта и отчетности и т.д. [2].

Также среди мероприятий по совершенствованию налоговой системы можно выделить создание равных условий для хозяйствующих субъектов при налогообложении их деятельности путем снижения уровня налогообложения, унификации налоговых баз и налоговых ставок. Унификация налоговых баз же представляет собой приведение к единообразной системе налогообложения, при которой все хозяйствующие субъекты будут облагаться одинаковыми налогами, при этом налоговые ставки также будут равны.

В системе реформирования налогообложения важное место занимают такие реформы, как устранение налоговых и таможенных барьеров, влияющих на развитие экономических отношений между странами-партнерами путем применения единых принципов косвенного налогообложения; установление единой налоговой базы для исчисления НДС; применение единого перечня товаров и услуг, подлежащих налогообложению и освобождаемых от уплаты и другие.

Очередной налоговой реформой выступает формирование налоговой

культуры в обществе путем создания доступных информационных ресурсов для всех слоев населения, эффективной системы консультирования налогоплательщиков и подготовки кадров. Данные направления налоговой реформы и меры по их реализации являются основными целями создания макроэкономических условий, обеспечивающих формирование социально ориентированной инновационной, конкурентоспособной на мировом рынке, наукоемкой национальной экономики Республики Беларусь, ориентированной на устойчивый экономический рост и повышение качества жизни белорусского народа. Данная налоговая реформа подразумевает собой ужесточение налоговой дисциплины, ведь она является главной составляющей налоговой культуры [3].

Для благоприятного функционирования налоговой системы необходимо создание и использование определённых мер в области налогообложения, среди которых можно выделить переход от налогообложения доходов банков и страховых компаний к налогообложению их прибыли (путем повышения налоговой ставки для этих категорий налогоплательщиков). Привлечение импортных технологий, стратегического сырья и высокотехнологичного оборудования путем отмены таможенных платежей и сборов также играет не маловажное значение в области эффективной системы налогообложения. Следует отметить, что при ввозе основных средств для производственных целей предприятия получают льготы по таможенным платежам и пошлинам, однако отмены таможенных платежей пока не наблюдается.

Ещё одним мероприятием по совершенствованию сферы налогообложения является расширение сферы применения нулевой ставки НДС не только на товары, но и на важнейшие экспортируемые инновационные услуги для государства. На сегодняшний день в Налоговом кодексе РБ предусмотрена отдельная статья, которая информирует при реализации каких товаров, работ и услуг ставка налога на добавленную стоимость будет равняться 0%.

Также для благоприятного функционирования налоговой системы необходимо расширение налоговых льгот для инвестиционного процесса и

льготное выделение средств предприятиями на развитие, совершенствование и расширение производства, развитие малого предпринимательства, поддержку аграрного сектора. В настоящее время неоднократно представители заинтересованных госорганов обсуждают актуальные вопросы налоговой политики, среди которых систематизации и оптимизации налоговых льгот уделяется огромное внимание [4].

Ещё одним мероприятием по совершенствованию сферы налогообложения является повышение стимулирующей роли налогообложения в инновационной деятельности высших учебных заведений. Данную реформу можно провести, выполняя определённый ряд основных задач, например, необходимо повысить восприимчивость людей к инновациям, увеличить сектор инновационных предпринимателей, повысить инновационную активность бизнеса и т.д.

Таким образом, для эффективного функционирования экономики необходимо развивать систему налогообложения, которая требует постоянных реформ. Для того, чтобы экономика постоянно развивалась, необходимо сформировать стратегические цели и следовать им, а также проводить специальные мероприятия по совершенствованию налогообложения. При этом важно отметить, что в нашей стране существуют некоторые проблемы, которые влияют на функционирование налоговой системы. На данный момент правительственными органами предпринимаются различные меры по реализации налоговых реформ, совершенствованию налоговой системы, но тем не менее многое ещё предстоит сделать.

Список использованных источников:

1. Рейтинг стран по уровню сложности налоговой системы: Всемирный банк, IFC, PricewaterhouseCoopers, 2007 г. URL: https://expert.ru/ratings/table_388484/ (дата обращения: 08.04.2021).
2. Налоговый контроль и формы его осуществления: Министерство по налогам и сборам РБ // Статья 64. URL: <http://www.nalog.gov.by/ru/article64/> (дата обращения: 08.04.2021).

3. Грундел Л.П. Международный экономический форум. URL: <https://be5.biz/ekonomika1/r2015/2773.htm> (дата обращения: 08.04.2021).

4. В правительстве рассмотрели предложения по упрощению налоговой системы: Министерство по налогам и сборам РБ. URL: http://www.nalog.gov.by/ru/publication_ru/view/r-v-pravitelstve-rassmotreli-predlozhenija-po-uproscheniju-nalogovoj-sistemyr-32262/ (дата обращения: 08.04.2021).

УДК 369

А. В. Кириченко, к.е.н., доцент,
доцент кафедри організації підприємництва та біржової діяльності
Національний університет біоресурсів і природокористування України
(м. Київ, Україна)

ІНСТИТУЦІЙНА СТРУКТУРА РИНКУ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ

Анотація: Наведено опис інституційної структури ринку соціального страхування, виявлено її недоліки та розроблено рекомендації по їх усуненню.

Ключові слова: ринок соціального страхування, інституційна структура, нормативно-правове регулювання ринку соціального страхування, фонди соціального страхування, фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Криза спричинена COVID-19 засвідчила, що ринок соціального страхування втратив динаміку тенденцій розвитку. Це повною мірою стосується і ринку соціального страхування України, який і до кризи не забезпечував соціальну безпеку громадян. Ринок соціального страхування має не лише забезпечувати соціальний захист громадян, а й сприяти формуванню динаміки розвитку держави та суспільства. Кожна держава має свої особливості інституційної структури ринку соціального страхування, які позначаються на її соціально-економічному розвитку.

Дослідження інституційної структури ринку соціального страхування є необхідною умовою трансформації соціального страхування України. Інституційна структура являє собою багаторівневу систему взаємопов'язаних елементів, об'єднаних цільовою функцією впорядкування руху фінансових потоків [1, с. 18].

Інституційну структуру ринку соціального страхування подано на рис. 1.

Інституційна структура ринку соціального страхування включає в себе:

- інститути-організації сфери соціального страхування (фонди соціального страхування, недержавні пенсійні фонди, страхові компанії, банківські установи);
- державу, яка встановлює формальні правила взаємодії всіх суб'єктів та

здійснює контроль їх дотримання всіма учасниками через органи-регулятори;

– формальні (нормативно-правове регулювання ринку соціального страхування) та неформальні (традиції, звичаї та соціальні норми) інституції [1, с. 15; 18].

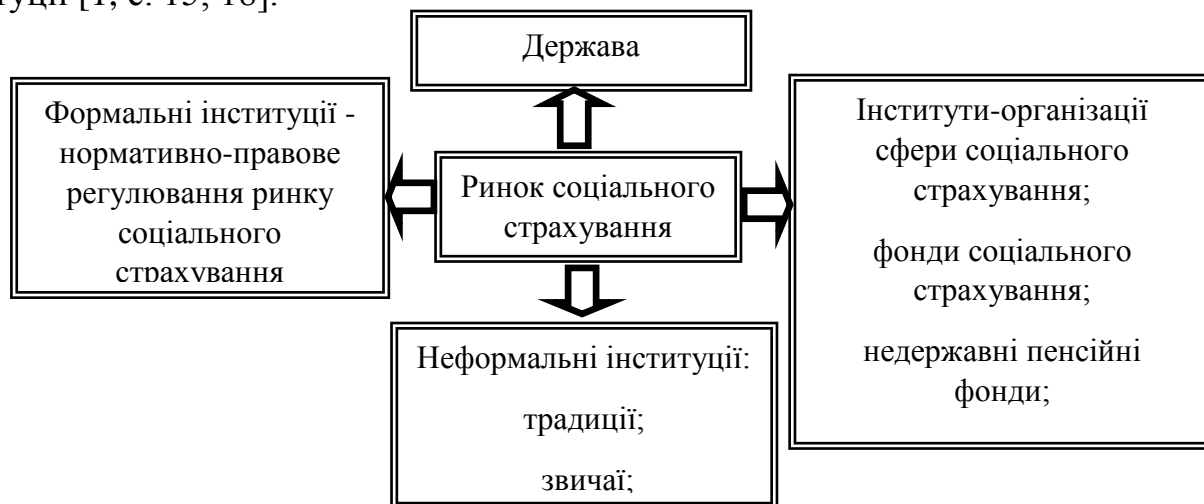


Рис. 1. Інституційна структура ринку соціального страхування
Джерело: розробка автора.

Щодо фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування, то законодавство передбачало, що для кожного з п'яти видів страхування утворюється окремий фонд (Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності (ФСС ТВП), Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України (ФСС НВВ), Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття (ФСС ВБ), Пенсійний фонд (ПФ), Фонд медичного страхування (ФМС) так і не був створений), але з 2015 р. було внесено зміни і тепер стаття 6 Закону України «Основи законодавства України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» зазначає, що страховиками є цільові страхові фонди з: пенсійного страхування; страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань, медичного страхування; страхування на випадок безробіття, тобто відбулося скорочення фондів до трьох фондів для п'яти видів страхування [2, с. 138].

Формальні інституції ринку соціального страхування представлені наступними Законами: “Основи законодавства України про загальнообов’язкове державне соціальне страхування”, “Про загальнообов’язкове державне соціальне страхування”, “Про загальнообов’язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття”, “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування”, “Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування”. Що стосується неформальних інституцій, то в українському суспільстві склалося стійке переконання, що держава має повністю забезпечувати вирішення соціальних проблем, виплату та постійне підвищення пенсій, оплату медичних послуг, гарантію безпеки на робочому місці тощо. Однак в умовах сьогодення система соціального страхування стане більш ефективною та еластичною, якщо до нейтралізації соціальних ризиків будуть залучені недержавні фінансові інститути, підприємства та самі громадяни [3, с. 63].

Враховуючи досвід зарубіжних держав у сфері законодавчого регулювання соціального страхування, удосконалення нормативно-правового забезпечення соціального страхування в Україні передбачає забезпечення внесення змін до законодавства щодо розвитку соціального страхування в частині запровадження Фонду загальнообов’язкового державного соціального страхування України та здійснення систематизації існуючого законодавства з питань функціонування новоствореного фонду в єдиному кодексі – Кодексі соціального страхування. Фонд ЗДСС об’єднає функції кожного з існуючих фондів. Це передбачатиме скорочення штатного складу, який мають існуючі фонди соціального страхування, оскільки їх повноваження перейдуть до Фонду загальнообов’язкового державного соціального страхування. Отже, варто говорити про побудову ефективної та уніфікованої системи управління в галузі соціального страхування страхування (рис. 2).



Рис. 2. Модель функціонування Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України

Джерело: розробка автора.

Після об'єднання фондів в один важливо приділити увагу підвищенню соціально-економічної ефективності управління фінансовими ресурсами новоствореного ФЗДСС. Для цього необхідно: здійснювати постійний моніторинг та аналіз показників ефективного використання коштів Фонду ЗДСС; запровадити практику проведення періодичних актуарних прогностичних розрахунків фінансового стану фонду; забезпечити прозорість фінансових потоків для суб'єктів системи загальнообов'язкового державного соціального страхування; удосконалити порядок здійснення Фондом ЗДСС розслідувань обставин настання сумнівних страхових випадків [2, с. 140].

Необхідність подальшого розвитку та вдосконалення системи соціального страхування не викликає сумніву, але головним напрямом реформування наразі можна вважати реорганізацію інституційної структури ринку соціального

страхування.

Список використаних джерел:

1. Фінанси інституційних секторів економіки України / Єфименко Т. І. та ін. Київ : ДННУ “Акад. фін. управління”, 2014. 584 с.
2. Кириченко А. В. Розвиток соціального страхування в Україні : монографія. Київ : ЦП “КОМПРИНТ”, 2017. 197 с.
3. Крупка М., Приймак І., Вишивана Б. Роль соціального й особистого страхування у забезпеченні суспільного добробуту в Україні. *Світ фінансів*. 2020. № 3 (64). С. 51-64.

УДК 365:640

Х. В. Кравченко, студентка,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
(м. Кременчук, Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація: у даному дослідженні розглянуто сутність комунального господарства, уточнено визначення поняття «комунальне підприємство» та розширено класифікацію комунальних підприємств.

Ключові слова: комунальне господарство, класифікація, комунальне підприємство.

Найважливіше завдання будь-якого органу місцевого самоврядування – це створення умов для забезпечення життєво необхідних потреб населення, що здійснюється за рахунок залучення й ефективного використання місцевих фінансів. Важливою ланкою місцевих фінансів є фінансові ресурси підприємств, заснованих на комунальній формі власності. Економічною основою місцевого самоврядування є комунальне господарство, яке включає до свого складу комунальні підприємства (далі – КП), які є одним із найважливіших засобів досягнення стратегічних цілей регіонального розвитку.

У вузькому розумінні за своєю сутністю комунальне господарство – це складова житлово-комунального комплексу, яка забезпечує надання необхідного обсягу санітарно-технічних, санітарно-гігієнічних, енергетичних і транспортних послуг жителям населених пунктів, а також здійснює відповідне комунальне обслуговування суб'єктів господарювання [1].

У сучасних умовах господарювання визначення комунальних підприємств можна надавати і в ширшому аспекті. На нашу думку, комунальне підприємство – це суб'єкт господарювання комунальної форми власності територіальної громади, яке може здійснювати комерційну або некомерційну діяльність у різних сферах національного господарства, з метою забезпечення належного функціонування виробничої та соціальної інфраструктури адміністративно-територіальних одиниць і задоволення потреб їх населення у якісних суспільних

послугах.

Підприємства комунальної форми власності можна класифікувати за різними ознаками. На основі багатокритеріального підходу представлено класифікацію комунальних підприємств (рис. 1), згідно з якою вони розподілені за наступними ознаками: функціональне призначення, спосіб утворення й формування статутного фонду, вид діяльності, джерела фінансування їхньої діяльності та їх роль для органів місцевого самоврядування.

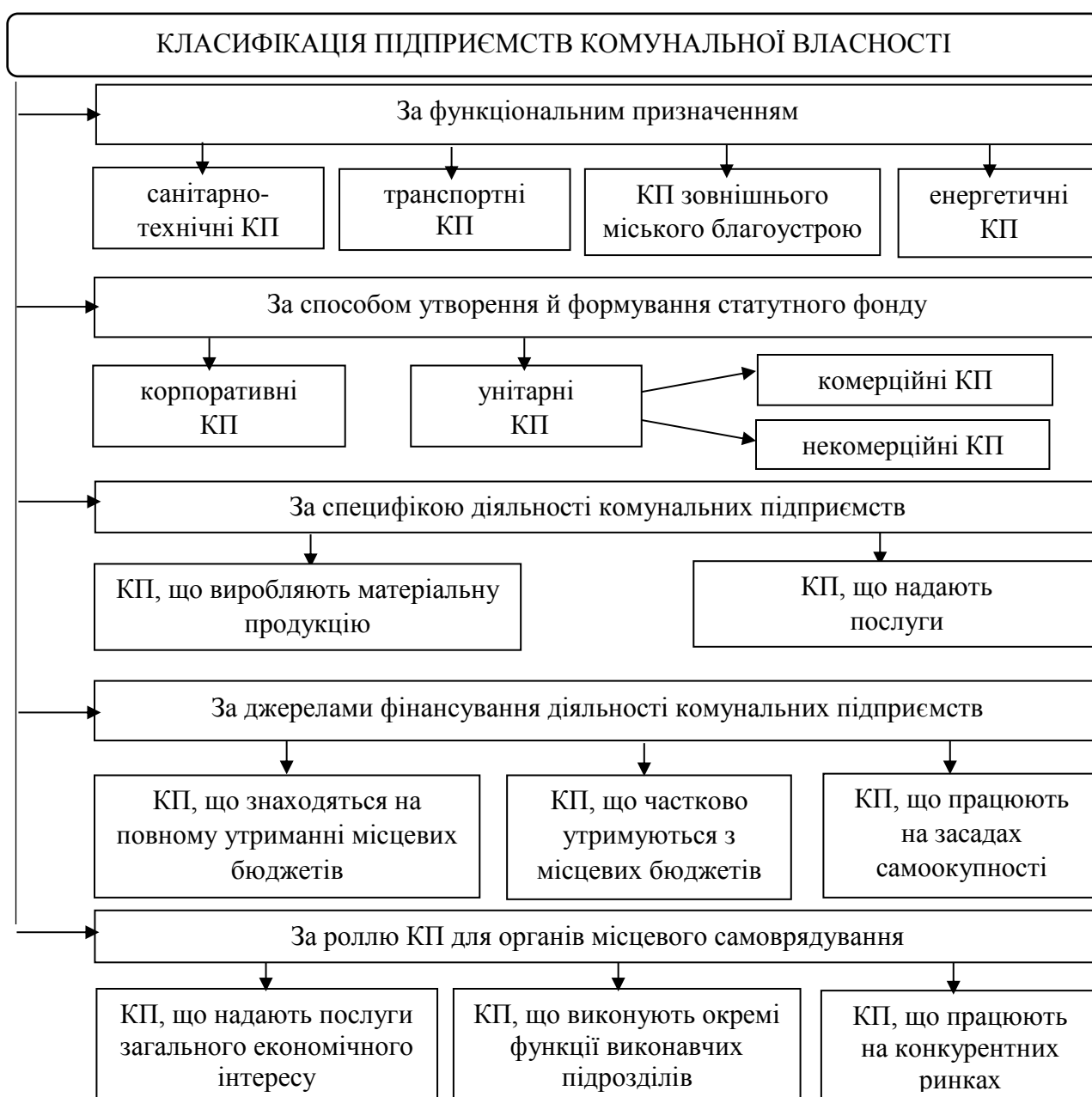


Рис. 1 Класифікація підприємств комунальної власності за багатокритеріальним підходом

Джерело: сформовано автором на основі [1; 2; 3]

Таким чином, відповідно до функціонального призначення можна виокремити наступні підгалузі та групи суб'єктів господарювання:

- санітарно-технічні (підприємства з прибирання територій населених пунктів та санітарного очищення, водопостачання та водовідведення і т. д.);
- транспортні підприємства (міський громадський пасажирський транспорт: трамваї, тролейбуси, водний транспорт місцевого призначення, автобуси та ін.);
- підприємства та організації зовнішнього міського благоустрою (підприємства шляхового господарства, дорожнє і мостове господарство, вуличне освітлення, прибирання кладовищ, парків і скверів, озеленення, очищення водоймищ і архітектури малих форм - фонтанів, пам'ятників);
- енергетичні підприємства (електростанції, електромережі тощо).

Залежно від способу формування статутного фонду виокремлюють корпоративні КП (підприємства, що утворюються, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діють на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників у розподілі доходів та ризиків підприємства), а також унітарні, які, в свою чергу, поділяються на комерційні та некомерційні. Комунальне комерційне підприємство – це суб'єкт підприємницької діяльності, майно якого перебуває у комунальній власності і закріплюється за таким підприємством на праві господарського відання. Майно комунального некомерційного підприємства перебуває у комунальній власності та закріплюється за ним на праві оперативного управління [2].

Залежно від виду діяльності КП поділяються на підприємства, що виробляють матеріальну продукцію, та підприємства, що надають послуги.

Кириленко О. П. [1] класифікує КП залежно від джерел фінансування їхньої діяльності. За цією ознакою КП поділяються на ті, які знаходяться на повному утриманні місцевих бюджетів, ті, що частково утримуються з місцевих бюджетів та підприємства, які працюють на засадах самоокупності.

На наш погляд, також доцільною є класифікація в залежності від ролі комунального підприємства для органів місцевого самоврядування, запропонована аналітиками ЦЕС [3], згідно якої виділяють:

1. КП, що надають послуги загального економічного інтересу. До них належать підприємства, що забезпечують життєдіяльність міста, виконуючи наступні послуги: з централізованого опалення і постачання теплової енергії; з постачання гарячої і холодної води; послуги з водовідведення; послуги з вивезення побутових відходів; громадський транспорт; благоустрій; управління багатоквартирними будинками; охорона здоров'я та ін.

2. КП, що виконують окремі функції виконавчих підрозділів. До таких КП відносяться різноманітні агенції (інвестиційні, туристичні тощо), які були створені в останні роки. Такі підприємства є по суті відокремленими виконавчими підрозділами міських рад, з тією різницею, що вони вільні у виборі моделі оплати праці, провадженні господарської діяльності, реалізації товарів і послуг тощо.

3. КП, які працюють на конкурентних ринках – це компанії, що надають послуги в сферах телекомунікацій, оренди майна, здійснення будівництва та ремонту, торгівлі, надання різноманітних допоміжних послуг тощо.

Таким чином, одним із найважливіших викликів сьогодення є формування спроможних громад на основі покращення ефективності діяльності КП. Головним стратегічним завданням влади є формування ефективного місцевого самоврядування, створення комфортних умов для проживання громадян, надання їм високоякісних і доступних публічних послуг. Досягнення цих цілей неможливе без належного рівня функціонування КП та їх фінансового забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Місцеві фінанси: підруч. за ред. д.е.н., проф. О. П. Кириленко. 2-ге вид., доп. і перероб. Економічна думка ТНЕУ, Тернопіль. 2014. 448 с.

2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

3. Як побороти неефективність комунальних підприємств? // Центр економічної стратегії. 27.08.2020. URL: <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm&ogbl#inbox/FMfcgxwKkRMtlSfPZLWKVKjWChZRLcpg?projector=1&messagePartId=0.1>.

УДК 303.224:368.025.61: 336.717.061.6

П. В. Кривуля, к.е.н, доцент,
доцент кафедри економіки і підприємництва
А. О. Рожнова, здобувач вищої освіти
за спеціальністю 051 – економіка,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
(м. Сєверодонецьк, Україна)

РИЗИКИ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ У ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ

Анотація: Розглянуто утворення у полі оцінювання ризиків фінансової безпеки одного з видів похідних когнітивних ризиків, який виникає через необґрунтоване використання методів розрахунку.

Ключові слова: когнітивні ризики, порівняльний аналіз, фінансова безпека.

В економічній науці є певна кількість підходів до визначення категорії «ризик», яка пов'язана з категорією економічної безпеки та її складовою – фінансовою безпекою, але не маючи можливості розглядати усі підходи до тлумачення цього терміну будемо вважати достатнім використовувати одне з них: що ризик позначає дію попри усвідомлену можливість втрати результатів через випадкові обставини реалізації планів та угод, які здійснюються за господарськими рішеннями або вчинені іншими діями. У дослідженнях, які було проведено раніше (наприклад, [1-4]) за проблематикою виміру когнітивних ризиків, які спричинено властивостями засобів обробки та переробки даних, було встановлено ряд видів ризиків які можна поділити на ті, що пов'язані з використанням певних методичних засобів складання моделей прийняття рішень, та на ті, що пов'язані з певними вадами у інтерпретації та розумінні даних як об'єктів, що створені з використанням знакових систем. Окремою групою таких ризиків стають ризики, що спричинено розбіжностями у суб'єктивних оцінках та власне розбіжностями у індивідуальних картинах світу. Але у цій роботі вважаємо за доцільне звернути увагу на виникнення різних тлумачень, що виникають суто через властивості методу обробки даних.

З потребами оцінювання економічних ризиків стикається не тільки безліч суб'єктів господарської діяльності, а й різного роду взагалі учасники

економічних відносин, якими виступають не тільки суб'єкти господарської діяльності. Усі люди таким чи іншим чином вступають у відносини щодо формування, використання та розподілу різних фондів, не обов'язково тих, що складають фонди підприємств, – тому усі стають суб'єктами фінансових відносин та мають вирішувати завдання стійкості таких відносин та ризикозахищеності. Тому є потреба у моделюванні та управлінні даними для врахування рівня ризику та фінансової безпеки широкому колу акторів, а не тільки фінансистам, а також використання тонких інструментів аналізу, які базуються на математичних моделях. Але використання математичних моделей у відсутності інституційно підтриманих фінансових інструментів не може стати дієвим засобом подолання загроз та чинників ризику. На невеликих акторі господарських відносин діє багато негативних чинників, не менш ніж на великих, але кількість доступних інструментів значно менша, – актуальність цієї проблеми наголошено у [5]. Але для вирішення цієї науково-практичної проблеми слід першим кроком визначити, які види ризиків впливають більшою мірою, а які меншою на малі підприємства. Для такого аналізу не потрібно великої точності, тому ставимо завдання лише визначення складу видів ризику та експертного порівняння сили їхнього впливу. Але консолідація окремих порівнянь може відбуватися різними шляхами. Раніше було продемонстровано як впливають різні порядки консолідації на кінцеві інтегральні оцінки, але окремим та дуже важливим чинником є різні декомпозиції даних, які слід консолідувати за допомогою використання певного методу.

Для розгляду окремих та інтегрованих порівнянь видів ризику, можна скористатися матрицею парних порівнянь для визначення відносної значущості впливу факторів ризиків на малі підприємства (варіант такої матриці парних порівнянь розроблено, обраховано та подано у табл. 1).

Для малого підприємства такі порівняння доречні повною мірою, бо прямо або опосередковано через стан ринкової кон'юнктури на малі підприємства діють всі ці види ризиків. Ось, наприклад якщо взяти інвестиційний ризик,

можна відразу зробити висновок, що для малих підприємств інвестиційний ризик є дуже небезпечним, так як пов'язаний з існуванням об'єктивної ймовірності часткової або повної втрати вкладених коштів.

Таблиця 1

Матриця парних порівнянь сили впливу видів (надвидів та підвидів) ризику на фінансовий стан малих підприємств (приклад порівняння)

Види ризику		{1}	{1.1}	{1.2}	{1.3}	{2}	{2.1}	{2.2}	{2.3}	{2.4}	{2.5}	Середня геометрична	Питома вага значущості
систематичні ризики	{1}	1	7	3	5	1	7	3	1	1	3	2.410199	0.182682
процентний ризик	{1.1}	1/7	1	1/2	1	1/7	1	1/2	1/7	1/7	1/2	0.372951	0.028268
валютний ризик	{1.2}	1/3	2	1	2	1/3	2	1	1/3	1/3	1	0.793342	0.060132
ціновий ризик	{1.3}	1/5	1	1/2	1	0.2	1	1/2	1/5	1/5	1/2	0.426681	0.03234
несистематичні ризики	{2}	1	7	3	5	1	7	3	1	1	3	2.410199	0.182682
кредитний ризик	{2.1}	1/7	1	1/2	1	1/7	1	1/2	1/7	1/7	1/2	0.372951	0.028268
інвестиційний ризик	{2.2}	1/3	2	1	2	1/3	2	1	1/3	1/3	1	0.793342	0.060132
інноваційний фін. ризик	{2.3}	1	7	3	5	1	7	3	1	1	3	2.410199	0.182682
деPOSITний ризик	{2.4}	1	7	3	5	1	7	3	1	1	3	2.410199	0.182682
операційний ризик	{2.5}	1/3	2	1	2	1/3	2	1	1/3	1/3	1	0.793342	0.060132
Підсумок												13.19341	1

Інвестиційний ризик за шкалою порівняння має відчутну, але незначну різницю з депозитним ризиком, який теж в свою чергу є ризиком можливого неповернення повністю або частково депозитних вкладів у зв'язку з банкрутством банку чи іншої фінансової установи. Слушні й інші подібні міркування.

Звичайно, за парними оцінками 1 у порівнянні системних та несистемних ризиків їхня питома вага буде дорівнювати 0,5 та 0,5 у векторі оцінювання верхнього рівня порівняння, тому не будемо складати додатку таблицю порівняння надвидів ризику (таке спрощення у цьому прикладі має за мету лише

продемонструвати, що не суб'єктивні оцінки у порівнянні спричиняють розбіжності – якщо брати інші оцінки порівняння надвидів ризику, то оцінки підвидів стануть змінені ще більше, у прикладі достатньо показати, що порівняння за групами вже само по собі є чинником змінювання результатів оцінювання, а порівняння самих груп є лише додатковим чинником). Порівняння підвидів ризику за двома групами подано у табл. 2.

Таблиця 2

Матриця парних порівнянь сили впливу підвидів ризику на фінансовий стан малих підприємств (приклад порівняння)

		{1.1}	{1.2}	{1.3}	{2.1}	{2.2}	{2.3}	{2.4}	{2.5}	Середня геометрична	Питома вага значущості
процентний ризик	{1.1}	1	1/2	1						0.7937	0.25
валютний ризик	{1.2}	2	1	2						1.5874	0.5
ціновий ризик	{1.3}	1	1/2	1						0.7937	0.25
Підсумок										3.1748	1
кредитний ризик	{2.1}				1	1/2	1/7	1/7	1/2	0.347976	0.054297
інвестиційний ризик	{2.2}				2	1	1/3	1/3	1	0.740214	0.115501
інноваційний фін. ризик	{2.3}				7	3	1	1	3	2.290172	0.357351
депозитний ризик	{2.4}				7	3	1	1	3	2.290172	0.357351
операційний ризик	{2.5}				2	1	1/3	1/3	1	0.740214	0.115501
Підсумок										6.408748	1

Множення на коефіцієнт 0,5 (тобто на вагу надвидів) однаково пропорційно зменшує питому вагу значущості з табл. 2, що наочно показує різницю між результуючими оцінками визначення інтегральних оцінок порівняння за двома шляхами декомпозиції множини порівнюваних видів ризику. Якщо питома вага значущості для підвидів несистемного ризику змінилась незначно (0,027148 замість 0,028268; 0,05775 замість 0,060132; 0,178675 замість 0,182682; і так далі), то питома вага значущості для підвидів системного ризику змінилась значно: 0,125 замість 0,028268 та 0,03234 у двох випадках; 0,25 замість 0,060132. За першим порівняння питома вага значущості валютного та інвестиційного ризиків була однаковою, а за другим порівняння якщо питома вага значущості інвестиційного ризику незначно але зменшилась, то питома вага валютного

ризиків збільшилась більше ніж у чотири рази. Такі розбіжності у порівнянні вказують на те, що релевантність даних має бути забезпечена релевантністю методу їх отримання. Хиби у обґрунтуванні використання методичних засобів оцінювання сили впливу ризиків стають чинниками ризиків іншого порядку, – таких, що наведені когнітивними та компетентністними здібностями аналітика.

Список використаних джерел:

1. Кобцева Д. А., Кривуля П. В. Визначення методом парних порівнянь відносної значущості цілей керованого впливу на соціум на прикладі декларованих ООН цілей сталого розвитку. *Управлінська діяльність: досвід, тенденції, перспективи* : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. студ. і молодих вчених. 12 лист. 2019 р., м. Харків. У двох частинах. / За загал. ред. проф. А. В. Серікова. Харків: ХНУБА, 2019. Ч. 2. Адміністративно-управлінська діяльність у публічній сфері. С. 133-138.

2. Кривуля П. В., Дорошко М. В. Составление качественных шкал уровня риска по аналогии с соотношением дисконта к ренте и на основе сопоставления с упорядоченным рядом альтернативных показателей доходности. *Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля*. 2011. № 2 (156). Ч.1. С. 108-120.

3. Кривуля П. В., Шурхно И. В. Общий порядок шкалирования уровня риска как ситуационной модели. *Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля*. 2008. № 3 (121). С. 210-214.

4. Кривуля П. В., Шурхно И. В. Обзор определений категории „риск” и их сравнительное моделирование на основе семантических сетей. *Економіка и управління*. 2008. № 2-3. С. 68-76.

5. Рожнова А. С. Demand on Assets Hedging Liability – Вимога на обов'язки щодо хеджування активів. *Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі*: матеріали IV всеукраїнської наук.-практ. конф. ЗВО та молодих вчених, 12 листопада 2020 р. Сєвєродонецьк : СНУ ім. В. Даля, 2020. С. 156-158.

УДК 335

О.А. Лагойская, А.А. Лебедь, студенты
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(г. Минск, Республика Беларусь)

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Аннотация: В этой статье рассматривается налоговая политика Республики Беларусь, цели государственной налоговой политики, а также ее реализация на территории страны. Центральное место в данной работе занимают причины, способы возникновения от уплаты налогов и методы сокращения уклонения.

Ключевые слова: налог, государство, платеж, правовые меры, стратегия.

Значительное место в изучении функционирования государства занимает налоговая политика. Налоговая политика в любой стране является первостепенным инструментом осуществления социально-экономической стратегии государства. Налоговая политика – это совокупность финансовых, экономических и правовых мер государства по формированию налоговой системы страны в целях обеспечения финансовых потребностей государства, отдельных социальных групп общества, а также развитию экономики страны за счет перераспределения финансовых ресурсов на основе стратегической концепции развития налоговой системе[1].

В истоках формирования налоговой политики лежат два взаимосвязанных аспекта:

- применение налоговых платежей как основного элемента доходной части государственного и региональных бюджетов при решении фискальных задач;
- использование налогового инструмента в качестве одного из методов регулирования экономической деятельности государства.

Налоговая стратегия государства и текущая налоговая политика неразрывно взаимосвязаны. С одной стороны, текущая налоговая политика представляет собой механизм реализации налоговой стратегии. С другой стороны, налоговая

стратегия создает благоприятные возможности для решения текущих задач налоговой политики. Налоговая политика находит свое выражение в налоговом праве и налоговом механизме. Налоговое право – это совокупность законодательных и иных нормативно-правовых актов, которые определяют основные права и обязанности налогоплательщиков и налоговых органов в сфере налогового обложения. Налоговый механизм – совокупность правил и инструментов, которые определяют порядок исчисления и уплаты налогов, а также меры для поддержания общей налоговой дисциплины в государстве.

Под целью налоговой политики принимают важнейший ориентир (например, целевую установку), которую необходимо обязательно достигнуть субъекту в результате реализации своей налоговой политики. Различают следующие цели государственной налоговой политики (Таблица 1):

Таблица 1

Цели государственной налоговой политики

Цели	Содержание
Фискальные	Перераспределение части создаваемого ВВП в бюджетную систему, достаточной для выполнения соответствующими уровнями управления возлагаемых на них функций.
Экологические	Охрана окружающей среды и обеспечение рационального природопользования.
Социальные	Сглаживание неравенства в уровнях доходов различных групп населения, стимулирование инвестиций в развитие человеческого капитала.
Экономические	Обеспечение эффективного участия государства в регулировании экономики, устранение структурных диспропорций общественного воспроизводства.
Международные	Устранение двойного налогообложения, ликвидация возможностей ухода от налогообложения и другие.

В Республике Беларусь существует стратегия, которая определяет концептуальные основы и приоритеты развития налоговых органов на период 2021-2023 гг. и представляет собой совокупность стратегических целей и задач, которые необходимо решать для их достижения. Стратегия предполагает достижение следующих основных целей:

1. Современная IT-инфраструктура налоговых органов.

2. Продуктивное налоговое администрирование и контроль на основе системы управления рисками.

3. Высокоэффективная система корпоративного управления [2].

Одной из основных проблем функционирования налоговой системы и реализации налоговой политики государства является вопрос уклонения от уплаты налогов и увеличение налоговой задолженности. К основным причинам возникновения уклонения от уплаты налогов относятся:

- Экономические причины, которые связаны с ухудшением финансового положения бизнеса и населения, падением производства.

- Политические причины связаны с реализацией регулирующей функции налогов как инструмента проведения той или иной политики в интересах государства, органов управления, правящей элиты.

- Правовые причины, связанные с несовершенством и нестабильностью законодательства.

- Организационные причины, к которым можно отнести: недостатки во взаимодействии между органами налогового контроля и другими проверяющими госорганами.

- Технические причины, связанные с несовершенством форм и методов налогового контроля, наложением излишних санкций, штрафов, незаконным привлечением к ответственности, безнаказанностью и т.д.

К основным способам сокращения уклонения от уплаты налогов на уровне государственного регулирования относятся: персонификация социальных отчислений, что повышает заинтересованность в уплате налоговых платежей, изменение налоговой базы, упрощение налогового законодательства, ужесточение контроля и санкций.

С учетом изложенного, государственную налоговую политику можно определить как совокупность организационно-правовых мероприятий, которые осуществляемы наделенными соответствующей компетенцией органами государственной власти посредством использования специфических методов.

Список использованных источников:

1. Налоги и налогообложение : учебник / Е. Ф. Киреева [и др.] ; под ред. Е. Ф. Киреевой. Минск : БГЭУ, 2019. 439 с.
2. Стратегия развития налоговых органов Республики Беларусь. URL: <http://www.nalog.gov.by/ru/strategiya-razvitiya-nalogovyh-organov-Respubliki-Belarus/> (дата обращения 10.04.2021)

УДК 334 ББК 65.208

Лактіонова О.Ю., к.е.н., доцент,
доцент кафедри Фінанси і банківська справа
Десятський С.П., к. ф.-м.н, доцент,
доцент кафедри Вища та прикладна математика
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
(м. Маріуполь, Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Анотація: Виявлено, що кооперативний сектор економіки, що динамічно розвивається в світовій практиці, не отримав свого розвитку в об'єднаних територіальних громадах України, що формуються. Виявлено, що управління місцевими бюджетами не є ефективним. Запропоновано методика цифрового аналізу для підвищення ефективності управління місцевими бюджетами.

Ключові слова: Кооперативний сектор економіки; місцеві бюджети; цифровий аналіз.

Згідно з принципами, прийнятими Міжнародним кооперативним альянсом (МКА), підтриманих МОП (Міжнародної організацією праці) і Організацією об'єднаних націй (ООН), кооперативний сектор економіки об'єднав близько 800 млн. чоловік в 100 країнах з самими різними соціально-економічними умовами. Близько 50% мешканців планети звертаються до послуг кооперативів, в тому числі: в торгівлі; в громадському харчуванні, у виробництві, в збуті і в заготівлі сільськогосподарської продукції, в будівництві, в експлуатації та оренди житла, в кредитно-банківській справі, в страхуванні, в транспорті, в освіті, в засобах масової інформації та ін.

Доросле населення планети беруть участь в діяльності 700 тис. кооперативів 120 видів і різновидів. У структурі економіки континентів члени кооперативів розподіляються нерівномірно:

63,0% - в Азії, 22,0% - в Європі, 13,0% - в Америці і 2,0% - в Африці [1].

Кооперативний рух має соціальну спрямованість, забезпечує самозайнятість населення, зменшує безробіття, знижує напруженість в регіоні. Не дивлячись на соціальну значимість кооперативний сектор економіки не має значного розвитку

в Україні. Серед причин основна - відсутність джерела фінансування підтримки розвитку цього сектора, зважаючи на гостродефіцитних місцевих бюджетів. Місцеві бюджети в умовах децентралізації та формування об'єднаних територіальних громад в Україні потребують удосконалення механізму управління, в т.ч. дохідної частини з метою її збільшення і можливості отримання додаткового фінансування, яке можна направити на розвиток кооперативного сектора економіки ОТГ, що і передбачається законодавством. Особливе значення це набуває у зв'язку з необхідністю відповідності сучасним вимогам відкритості, чіткості та контролю для продовження реформування процедур управління бюджетним процесом в Україні. Існує необхідність врахування змін, які відбулися в відношенні доступу до інформації та розробки онлайн-порталу «Відкриті бюджети», що сприяє підвищенню прозорості бюджетів, залучення та підзвітності відповідно до міжнародних стандартів. Мета роботи - дослідження можливості використання сучасного інструментарію в удосконаленні механізму управління місцевими бюджетами України в нових умовах відкритості, спрямованого на збільшення дохідної частини і можливості отримання додаткового фінансування розвитку кооперативного сектора економіки на бюджетній основі.

Завдання: дослідити можливість використання цифрових методів аналізу в механізмі управління місцевими бюджетами. Об'єкт дослідження - дохідна частина (податкові і неподаткові надходження) місцевих бюджетів України. Предмет дослідження - методи аналізу, зокрема цифрового аналізу.

Дослідження проводили на місцевому бюджеті м Маріуполя (рис.1), набір даних був сформований з відкритих актуальних даних - Openbudget [2,3].

Таблиця

1 / 24

0	ВД	НДФЛЗП	НДФЛВ	НДФЛІ	НДФЛД	ПННІФЛ	ПННІНН	ПНІ	ЗПЮЛ	АПЮЛ
01.01.2018	327168802	93224148	8988608	1401363	293593	161029	338753	3411385	12502170	7062619
01.02.2018	407033827	128836492	11732116	1437323	734108	73897	164373	760631	7871748	6977466
01.03.2018	440594840	122451868	12633619	1812810	351033	32484	68871	488771	10145654	7467242
01.04.2018	473251801	151196160	13675763	5515727	557102	17274	104634	4141053	9931996	7067805
01.05.2018	461633745	173707516	13932595	7663169	1382733	205933	438095	685706	9910505	8818277
01.06.2018	395494701	147799615	12264426	11268772	435192	369302	1296008	842322	9945790	7019732
01.07.2018	367788740	165079283	16028332	7968374	1247317	373609	1415169	3795931	9837152	7058883
01.08.2018	364941701	150632191	15082985	9931410	253141	466491	1490631	567582	10188788	7078933
01.09.2018	390796797	155966034	14818308	7334761	273013	209776	618840	669390	10056283	7065683
01.10.2018	382323627	154008656	14723555	12344800	590820	194483	286258	4139785	10341200	7982934
01.11.2018	498525005	165065304	16367738	7468409	186868	81320	228492	425090	10387817	7662203
01.12.2018	535350732	193811565	19247371	9212555	264049	34755	152321	592221	10383068	6842041
01.01.2019	396405912	152389483	12752260	2825485	561618	55224	262604	4088868	9812940	7109467
01.02.2019	479649936	188060135	14410599	33655710	963124	92943	292798	1144322	16720723	8855068
01.03.2019	440229205	184889479	14937200	28323133	707850	114683	512549	1072671	15617976	8013072
01.04.2019	462432094	219412543	15169638	25377451	1130013	135714	433654	4244492	15124309	7986221
01.05.2019	451876637	187568301	16017713	10034879	778004	196756	564877	853224	15170239	7434779
01.06.2019	505586138	221014712	15843845	19794302	726820	282217	1814837	960088	15251200	7010512
01.07.2019	465461248	194804803	15453082	49572932	2488430	403915	1817281	4079294	14649663	7633607
01.08.2019	408968165	193689549	16876755	3236425	809577	474451	1566166	813006	14423640	7760376
01.09.2019	406893128	177218768	18998068	3031379	715672	170445	599586	888192	14643272	7470608
01.10.2019	443722856	190713616	18313783	12113338	1159671	116698	402415	4173148	14432039	7848935
01.11.2019	461817405	195677295	20262598	6770972	1012938	168143	635468	624621	14293242	7121517

ЗНФЛ	АПФЛ	ТНФЛ	ТНЮЛ	ТЗЮЛ	ТЗФЛ	ЕПЮЛ	ЕНФЛ	НСХ
35625	1207115	87436	87999	16185	9620	2805873	10503876	135317
100493	1311104	58889	11937	13362	24499	4906953	12795202	13713
49908	1354853	17899	12500	7039	5281	1263689	3910612	13713
60170	1478094	38739	87025	11944	15824	2857301	9552403	54677
51795	1628168	101232	26400	14368	7448	4040063	11394313	15713
153440	1526914	61649	12500	7000	1030	1417022	4209376	14733
229227	1979893	169509	96567	14995	15725	3333144	10446597	57884
539385	2216768	173858	26220	22262	14382	4382568	13544413	68402
110498	1308991	64956	27000	7000	1960	1781199	4271923	68561
159405	1247290	75417	111350	9921	23761	3342217	12399563	287459
103365	1865939	21827	32075	30675	18947	4635604	15174695	41541
49516	1252379	46667	123873	7700	2520	1644845	5918225	41137
39259	1098232	106250	12346	35887	19629	3261149	14459038	178413
61631	1400077	59047	4523	23006	15239	5265054	18368899	8263
69598	1432169	54930	20220	11500	11885	1747773	5643150	8393
62699	1279214	97695	81250	12100	14753	3199147	13027524	41988
95946	1539371	38232	6250	22057	9388	4247307	15295424	7093
308260	1552861	68750	27217	12000	1171	1976781	5754567	10793
292348	2030800	239367	81333	14035	13915	3367013	14007961	77646
333482	2691685	-113284	9045	17759	11543	3938131	15502768	43817
117026	1587849	56650	37167	7200	3046	1804854	7077346	42982
118342	1144032	34658	110417	10158	7521	3400407	15604073	100987
59118	1139299	59836	42833	34582	25923	5216959	18824919	11810
91104	1245051	114146	19667	12424	1951	1680223	7411022	6000

Рис. 1. Динаміка надходжень податків, зборів і платежів до місцевого бюджету Маріуполя, 2018-2019гг., грн.

Source Compiled by the authors based on [2,3]

Для вибору значущих і незначущих факторів - надходжень до місцевого бюджету м Маріуполя використовували методику кореляційного аналізу [4], результати якого показали наступні. До значущим факторів, виявлених за допомогою кореляційного аналізу були віднесені наступні надходження:

- від податку на доходи фізичних осіб (ПДФО): у вигляді заробітної плати за період 2018-2019гг. (+0,637); з грошового забезпечення та з винагород за

2018-2019гг. (+ 0,469); з доходів відмінних від заробітної плати за період 2018-2019гг. (+ 0,361).

-земельний податок з юридичних осіб за 2018-2019гг. (+0,317). Орендна плата з юридичних осіб за 2018-2019гг. (+0,430). Трансферти за 2018-2019гг. (+ 0,476).

Решта щомісячні надходження (податкові і неподаткові) в доходах бюджету м. Маріуполя за значимістю вимагають або коригування деяких елементів податків, зборів і платежів для збільшення сили зв'язку або їх скасування як неефективних.

Обґрунтовано необхідність використання інструментарію цифрового аналізу для обробки відкритих даних («opendata», «openbudget») в удосконаленні механізму управління місцевими бюджетами України в період формування об'єднаних територіальних громад. Як приклад був сформований досліджуваний набір актуальних даних, імпортованих з «openbudget» - податкові та неподаткові надходження місцевого бюджету м. Маріуполя за період 2018-2019гг.

В результаті цифрового аналізу виявили значущі фактори (податок на доходи фізичних осіб; земельний податок з юридичних осіб; орендна плата з юридичних осіб; трансферти) в дохідній частині місцевого бюджету. Решта податкові і неподаткові надходження віднесли до незначущим факторів, елементи яких вимагають змін для збільшення бази оподаткування, або їх скасування. Використання цифрового аналізу дозволило виявити, що доходи місцевих бюджетів мають незначні кореляційний залежність з єдиним податком від діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу. Це повідомляє, що в м. Маріуполі місцева влада не приділяють достатньо уваги розвитку малого і середнього бізнесу, не збільшують базу оподаткування шляхом зміни деяких елементів податків, зборів і платежів в рамках законодавства. Управління доходною частиною досліджуваного бюджету здійснюється не ефективно.

Це пояснює існування дефіцитів місцевих бюджетів в Україні і

неможливості отримання додаткового фінансування розвитку кооперативного сектора економіки. Запропонована методика кореляційного аналізу дозволяє своєчасно відкоригувати елементи податків, зборів і платежів в рамках законодавства, підвищити ефективність управління доходною частиною місцевих бюджетів і дозволити отримати додаткове фінансування для розвитку цього сектора економіки в ОТГ.

Список використаних джерел:

1. Сорокина, И.Э. Зарубина, А.И. Роль кооперативов в глобальной экономике. Ж. Экономическая глобализация и проблемы национальной безопасности. 2011г. С.64-67. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/rol-kooperativov-v-globalnoy-ekonomike/viewer>
2. Открытые местные бюджеты Украины. URL: <https://openbudget.gov.ua/local-budget?id=26000000000>
3. Местный бюджет Мариуполя. URL: <https://mariupolrada.gov.ua/ru/news/u-mariupoli-prijnjali-bjudzhet-na-2018-rik>
4. Минц А.Ю., Лактионова О.Е. Корреляционный анализ в системе мониторинга процесса налогового управления субъектами хозяйствования. Инфраструктура рынка. Выпуск 33. 2019. С. 300-305. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/46.pdf

УДК

Лебедев Антон Павлович, *м.э.н.*
Факультет финансов и банковского дела
Белорусский государственный экономический университет
(г. Минск, Республика Беларусь)

РОЛЬ КОНТРОЛЛИНГА В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ

Аннотация: В данной статье рассматривается роль и функции стратегического контроллинга в управлении финансами организации, инструменты, которые применяются в контроллинге, их возможности. Кроме того, рассмотрена роль и задачи финансового контроллера в компании.

Ключевые слова: контроллинг, управленческий учёт, финансы организации, стратегия компании, контроллер.

Внедрение системы контроллинга в настоящее время часто отмечается в качестве одного из возможных решений, способствующих повышению стратегической и операционной гибкости и эффективности организаций. Предполагается, что использование контроллинга может повысить качество управленческого процесса, обеспечить большую вовлеченность задействованных сотрудников в свою работу. В настоящей статье представлен анализ основных возможностей контроллинга для управления финансами компании.

Возможности контроллинга раскрываются через понимание его основной функции. Функция контроллинга призвана обеспечить корпоративную прозрачность – как для собственников и руководства компании, так и для рядовых сотрудников.

Прозрачность с точки зрения собственников и топ-менеджеров означает понимание эффективности работы каждого структурного подразделения, а также понимание прибыльности продуктов и клиентов компании. Прозрачность с точки зрения сотрудников означает понимание ими того, в каком направлении развивается компания, как цели одних подразделений связаны с целями других подразделений и компании в целом, и по каким показателям оценивается их работа в компании.

Основные корпоративные роли контроллера, способствующие реализации его функций – роль «экономического лоцмана» (по отношению к руководству) и роль «экономической совести» (по отношению к коллегам из других подразделений). Роль «экономического лоцмана» (или «советника») заключается в том, чтобы помочь капитану (директору) справиться с таким сложным процессом, как управление кораблем. В данном случае продукт работы контроллера – это так называемое «второе (альтернативное) мнение». Мнение о том, что происходит в компании сейчас и что с компанией делать дальше (первое мнение – это мнение топ-менеджера, советником и «спарринг- партнером» которого является контроллер). Вторая роль контроллера – это роль «экономической совести» компании, роль «официального оппонента» для руководителей «нефинансовых» структурных подразделений [1, 4].

В зависимости от сферы воздействия контроллинговой системы создаются специфические механизмы поддержки. В различных сферах деятельность контроллинга может иметь свои специфические черты, при этом наиболее распространённые сферы действий контроллеров будут включать такие области как:

- стратегическое планирование;
- планирование инвестиций и финансирования;
- бюджетирование и оперативное планирование;
- управленческий учёт и анализ затрат;
- налоговое планирование;
- информационное обеспечение и координационная деятельность;
- управление рисками и внутренний контроль.

При этом, контроллинг раскрывает свой потенциал через свои инструменты, которые находят эффективное применение во всех сферах действия контроллеров. Набор основных из них включает, но неограничивается, следующие:

- системы отчетности (в том числе, инвесторо-ориентированные МСФО и

совместимые, интегрированная отчетность);

- система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard);
- управление стоимостью компании;
- процессно-ориентированное управление;
- «новое бюджетирование»;
- управление рисками и изменениями.

Указанные инструменты на их современном этапе развития имеют комплексную интегрированную природу, включающую как финансовые, так и нефинансовые составляющие. Это позволяет обеспечить комплексный взгляд контроллера, интегрирует в единое целое отдельные компоненты управленческой деятельности и информационной картины, что вносит свой вклад в обеспечение внутреннего консультационного и коммуникационного процесса (роль экономического советника) и как следствие повышает его прозрачность и понимание всеми участниками.

Список используемых источников:

1. Толкач В., Как выглядит типичный контроллер. ИПМ URL:ipm.by/webroot/delivery/files/kak_vygliadit_kontroller.pdf. Дата доступа: 30.10.2017.
2. Лебедев П.В. Контроллинг – организация «новых финансов». *Консультант*. №1, январь 2007 год.
3. Дайле А. Практика контроллинга. Пер. с нем. / Под ред. М.Л. Лукашевича, Е.Н. Тихоненковой. М.: Финансы и статистика, 2001. 336 с.
4. Lebedev, P. (2019). Three decades of management accounting in Russia: the evolution of understanding of management accounting concept. In Proceedings of 6th International Scientific Conference Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering '2019. Vilnius Gediminas Technical University.

УДК 336. 14

О. Малецька, к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
(м. Львів, Україна)

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ

Анотація. У статті здійснено аналіз основних проблемних аспектів системи місцевого оподаткування на сучасному етапі економічного розвитку. Виокремлено найбільш оптимальні напрямки її розвитку. Інститут місцевих податків і зборів є ключовим у сфері формування доходів місцевих органів влади в більшості розвинутих країн. Закономірність функціонування місцевих фінансів у тому, що основним способом формування доходів місцевих органів влади є місцеві податки і збори.

Ключові слова: місцеві податки і збори, місцевий бюджет, оподаткування, місцеве самоврядування.

Протягом тривалого часу проблематика місцевого оподаткування займає важливе місце в дослідженнях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Питання правового регулювання місцевого оподаткування, як правило, розглядаються лише при аналізі податкової системи України в цілому, або в аспекті загальної характеристики податків і зборів щодо їх основних елементів. Законодавче врегулювання механізму місцевого оподаткування в Україні забезпечило необхідне правове поле для функціонування місцевих податків і зборів, але створення повноцінного та фінансово самодостатнього інституту місцевого самоврядування неможливе без їх подальшого реформування.

Сьогодні, впевнено можна стверджувати, що інститут місцевих податків і зборів як структурна частина податкового права не отримав достатнього науково-теоретичного обґрунтування. Недостатньо вирішеними залишаються питання співвідношення центру і регіонів України щодо вдосконалення регулювання відносин у сфері місцевого оподаткування, забезпечення єдиного державного підходу до вирішення цих питань; наукового аналізу природи місцевих податків і зборів та їх відмінностей від загальнодержавних тощо. Важливою проблемою на сьогодні є те, що законодавчо закріплені місцеві

податки і збори загалом, та їх ставки зокрема, не враховують реальних можливостей платників податків, а отже, не виконують стимулюючої функції. На відміну від України, наприклад у США, за рахунок місцевих податків забезпечується 65 % доходів місцевих бюджетів, у Великобританії – 36 %, Франції – 45 %, в Японії – 33 %. Внаслідок розвитку податкової системи на Заході створено розгалужену систему місцевих податків і зборів: у Бельгії – 100 місцевих податків і зборів; в Італії – 70; у Франції – понад 50 [3,140-145].

Особливості місцевих податків і зборів на Заході – їх масовість та регресивність, а саме: частка місцевих податків і зборів зменшується щодо сукупного розміру доходів, якщо останні зростають. У всіх розвинутих країнах створено надійну правову основу застосування місцевих податків і зборів згідно з положеннями про сплату податків і податковими кодексами. Місцеві органи влади на Заході мають різні повноваження щодо встановлення місцевих податків і зборів [1,81-82].

У процесі свого розвитку місцеве оподаткування в Україні для органів самоврядування мало бути: атрибутом фінансової влади, інструментом регулювання соціально-економічного розвитку території, методом формування бюджетних доходів. Але, на жаль, не можна сьогодні стверджувати, що поставленої мети було досягнуто. З усіх місцевих податків і зборів можна виділити лише п'ять-шість, які мають фіскальне значення (ринковий збір, комунальний податок, збір за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі, податок з реклами, збір за припаркування автотранспорту); доходи від інших обов'язкових платежів, як правило, не перевищують 1% у загальній сумі надходжень від місцевих податків і зборів [2,11-13].

Система місцевих податків і зборів потребує перегляду. До неї обов'язково мають належати: податок на майно, податок на транспортні засоби, податок на спадщину й дарування, що вважаються місцевими в багатьох розвинутих країнах. Загалом система місцевих податків і зборів, разом із надходженнями від спільних податків, має утворити надійну дохідну базу для фінансування функцій

і повноважень органів місцевого самоврядування.

Доцільним, на наш погляд, є введення місцевих екологічних податків, зборів, деяких місцевих акцизів, податків на цінні папери, за організацію гастрольної діяльності, за розміщення офісів у центральній частині міста. Крім того, розширення переліку місцевих податків і зборів має відбуватися за рахунок упровадження податків із цільовим використанням одержаних коштів.

Отже, місцеві податки та збори повинні стати надійним інструментом регулювання економічного розвитку територій, вирішення різнопланових проблем, які виникають, зменшення соціальної напруги [4,11-13].

Список використаних джерел:

1. Ібатулліна А.В. Автономність місцевого оподаткування України. Вісник аграрної науки. 2009. №9. С. 81-82.

2. Данилов О.М Місцеві податки і збори : шляхи їх удосконалення в Україні //О.М. Данилов//Вісник податкової служби України. - 2000. - № 45. - С. 11-13

3. Бескид Й. М. Місцеві податки та збори у доходах місцевих бюджетів України // Й.М. Бескид//Наукові записки. - Тернопіль, 2004. - Вип.13, ч.1. - С.140–145.

4. Данилов О.І. Місцеві податки і збори : шляхи їх удосконалення в Україні //О.І. Данилов//Вісник податкової служби України. - 2000. - № 45. - С. 11-13.

5. Нихон токэй нэнкан 2018: [Статистичний щорічник Японії 2018]. Statistics Bureau. URL: <http://www.stat.go.jp>

6. ec.europa.eu › 2018_dbp_sk_en (Draft Budgetary Plan of the Slovak Republic for 2018. Бюджет Словачії 2018.)

УДК 338.23:336.74

І.М. Макарчук, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
В.В. Малишко, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»
(м. Переяслав, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Анотація. У статті досліджено особливості і сутність грошово-кредитної політики в умовах економічних перетворень та обґрунтовано чинники, які впливають на грошово-кредитну політику в останні роки.

Ключові слова: монетарна стратегія, монетарна політика, інфляція, інфляційне таргетування, валютний курс, економічний розвиток.

Політика в галузі грошового обігу та кредиту має велике значення для кожної країни, оскільки шляхом регулювання пропозиції грошей вона спрямована на забезпечення ефективного функціонування економіки і її ключовими цілями є цінова стабільність, стабільність обмінного курсу, зростання економіки, забезпечення зайнятості, збалансування платіжного балансу, зростання добробуту населення тощо.

Грошово-кредитна політика в Україні в різні періоди розвитку її економіки здійснювалась відповідно тих процесів, які відбувалися в сферах макроекономіки, фіскальної і структурної реформ. Вона сприяла економічному зростанню, зупинці галопуючої інфляції, а також спрямована на забезпечення стабільності національної валюти [1].

Пов'язування грошово-кредитної політики з регулюванням грошового ринку означає визнання впливу її не тільки на пропозицію грошей, як це часто допускається в літературі, а й на попит на гроші. І хоча механізм регулятивного впливу на грошовий попит недостатньо розвинений і досліджений, це не може бути підставою для виключення його зі сфери впливу грошово-кредитної політики. Особливо це важливо для країн з перехідною економікою, де попит на гроші є слабо розвиненим і вимагає регулятивної підтримки [2].

Суб'єктами проведення грошово-кредитної політики з боку держави

виступають центральний (національний) банк країни, Міністерство фінансів, казначейство, органи нагляду за діяльністю банків і контролю за грошовим обігом, установи зі страхування депозитів тощо [3].

Проведення грошово-кредитної політики передбачає визначення її цілей, які можна розділити на стратегічні, проміжні, тактичні. Так як грошово-кредитна політика є одним з напрямків загальнодержавної економічної політики, її кінцеві цілі виступають як частина глобальної стратегії, визначається законодавчими та виконавчими органами влади [4].

Існують два типи грошово-кредитної політики: «політика дорогих грошей»; «політика дешевих грошей». Політика «дорогих грошей» реалізується шляхом зменшення грошової пропозиції для того, щоб стримувати сукупний суспільний попит в разі загрози інфляційного зростання економіки. Політика «дешевих грошей» здійснюється шляхом збільшення грошової пропозиції для того, щоб стимулювати сукупний суспільний попит, а отже, і виробництво в разі економічної стагнації і спаду виробництва, тобто в умовах неповної зайнятості.

Грошово-кредитну систему утворюють банки, страхові компанії, фонди профспілок і інших організацій, що володіють правом грошово-кредитної діяльності, тобто всі ті, хто має право і здатність акумулювати тимчасово вільні кошти, перетворювати їх в кредит, а потім і в інвестиції [3; 7].

На грошово-кредитну політику в останні роки впливають такі чинники:

- внутрішні системні ризики, пов'язані з нестійким економічним зростанням, що призводить до невизначеності попиту на гроші;
- інфляційний тиск з боку виробництва, необхідність використання адміністративного регулювання цін;
- ризики зовнішньої невизначеності, які можуть негативно впливати на платіжний баланс, рівень золотовалютних резервів і валютну політику;
- накопичений кредитний ризик банківської системи, обумовлений кредитною експансією останніх років
- політичні ризики, які можуть спровокувати незбалансованість бюджету та необґрунтоване зростання бюджетних витрат [5].

З урахуванням характеру впливу на грошово-кредитний ринок виділяють

наступні дві групи інструментів: адміністративного та економічного впливу. Адміністративні мають, як правило, форму директив, лімітів, нормативів, що виходять з центрального банку і спрямовані на обмеження свободи діяльності суб'єктів грошово-кредитного ринку, в першу чергу, банків. Під економічними інструментами розуміють засоби впливу НБУ на грошово-кредитний ринок шляхом формування на ньому певних умов, що визначають поведінку суб'єктів ринку в напрямку, який запрограмований НБУ. До класичних інструментів економічного впливу НБУ відносять політики обов'язкових резервних вимог, рефінансування (відсотковому), відкритого ринку [3].

Головним завданням грошово-кредитного та валютного регулювання є забезпечення відповідності грошової маси масі товарів і послуг, підтримання стійкої купівельної спрямованості грошей.

У кожній країні грошовий оборот є регульованим, тобто функціонує національна грошова система [6]. Ефективність реалізації тих чи інших засобів (інструментів) монетарної політики залежить від ряду об'єктивних і суб'єктивних факторів.

До об'єктивних належать: стан кон'юнктури національного ринку, особливості реалізації державної політики, стабільність грошової одиниці країни, міжнародне становище країни на міжнародному ринку, ступінь незалежності центрального банку від уряду тощо. Суб'єктивні факти: довіру до політики уряду і Національного банку, застосування механізму таргетування, принципів і правил господарської поведінки суб'єктів господарювання тощо [3].

З огляду на вимоги статті 6 Закону про Національний банк [7], пріоритетна мета грошово-кредитної політики полягає в зниженні інфляції (за індексом споживчих цін) до рівня однозначного показника і зміст його на такому рівні в середньостроковій перспективі. Подальша траєкторія цільових орієнтирів по споживчій інфляції визначається з урахуванням балансів інфляційних ризиків, потреби в підтримці стійких темпів економічного зростання і рівня фінансової стабільності в державі. Оскільки низька і стабільна інфляція є одним з головних вкладів в стійке економічне зростання, який може бути забезпечений центральним банком, Національний банк буде проводити грошово-кредитну

політику на основі цінової стабільності. Монетарним режимом для забезпечення пріоритетної мети є інфляційне таргетування.

Надалі в міру прогресу в економічному розвитку України середньострокові цільові показники по інфляції можуть бути переглянуті в бік зниження. Інфляція може відхилитися в короткостроковому періоді від заздалегідь оголошених цільових значень в зв'язку з впливом зовнішніх і внутрішніх шоків, які є поза контролем грошово-кредитної політики, зокрема таких, як зміни цін на сировинні товари та інші високоволатильними компоненти індексу споживчих цін, відхилення адміністративно регульованих цін від раніше заявленого рівня тощо. Приведення інфляції до її цільового рівня в найкоротші терміни при таких обставинах може мати стримуючий характер з точки зору економічного зростання. В такому випадку заходи грошово-кредитної політики спрямовані на запобігання впливу вторинних ефектів цих подій на інфляційні очікування і таким чином сприяти збереженню цінової стабільності в середньостроковій перспективі. Інформація про періоду часу, протягом якого буде досягнуто повернення до встановленої мети інфляції, буде чітко доведена до відома громадськості в кожному такому випадку. Стабілізація інфляційних очікувань є ключовим елементом підвищення ефективності інших макроекономічних заходів Національного банку та Уряду, адресованих відновленню економічного потенціалу України. Крім того, досягнення пріоритетної мети по досягненню і підтримці цінової стабільності сприятиме виконанню Національним банком його інших цілей [7; 8].

Незважаючи на несприятливу зовнішньоекономічну кон'юнктуру і складність доступу до світових фінансових ринків, нарощування чистих міжнародних резервів має розглядатися як окреме завдання підвищеної уваги не тільки в 2021 році, але і в середньостроковій перспективі. Достатній рівень міжнародних резервів служити стабілізуючим захисним механізмом фінансової системи і економіки для нівелювання впливу зовнішніх шоків. Національний банк буде здійснювати інтервенції на валютному ринку з метою згладжування надмірної волатильності обмінного курсу, якщо це не становитиме загрози виконанню його основної мети. Разом з тим однакова можливість зміни

обмінного курсу в обох напрямках стане важливим елементом обмеження надмірного ризику, який беруть на себе економічні агенти. Цілі по досягненню цінової стабільності і накопичення міжнародних резервів за певних обставин можуть бути несумісні один з одним. У таких випадках досягнення цінової стабільності буде пріоритетним для центрального банку [7].

Отже, основні засади грошово-кредитної політики на 2021 рік – це сигнал бізнесу та експертній спільноті про послідовність нашої політики. Низька та стабільна інфляція залишається нашим пріоритетом. Водночас Національний банк ставить перед собою амбітне завдання не тільки підтримувати помірні темпи зростання цін, але й поживити банківське кредитування, сприяти здешевленню і подовженню строковості фінансових ресурсів для розвитку реального сектору економіки.

Список використаних джерел:

1. Гроші і кредит: підручник. О.М. Колодізев, В.Ф. Колесніченко; Харківський нац.екоп. ун-т. К. Знання, 2010. 586 с.
2. Центральний банк та грошово-кредитна політика: підручник. За ред. д-ра екоп. наук, проф. А.М. Мороза. К. КНЕУ, 2005. 556 с.
3. Калетнік Г.М. Державне регулювання економіки. URL: <http://westudents.com.ua/knigi/100-derjavneregulyuvannya>
4. Центральний банк і грошово-кредитна політика: Навчальний посібник. Володимир Романишин, Юрій Уманців. К. Атіка, 2005. 478
5. Круш П.В. Гроші та кредит: навч. посібн. Київ, 2010. 216 с.
6. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки: Навчальний посібник. Л.А. Швайка. К. Знання, 2006. 435 с. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-book-130.html>.
7. Про Національний банк України: Закон України від 20 травня 1999 р. № 679-XIV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/679-14>.

УДК 336.71:73

Марків Галина Василівна,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Львівський національний аграрний університет
(м. Львів, Україна)

ВПЛИВ НОВІТНІХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА БАНКІВСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Анотація. Визначено сутність поняття «FinTech» як заснованої на використанні інформаційних технологій інновації у фінансовій сфері, впровадження якої призводить до кардинальних змін у фінансових продуктах, технологіях (процесах), бізнес-моделях фінансових посередників, а також до появи нових суб'єктів ринку – FinTech-компаній.

Ключові слова: банки, фінансова сфера, фінансові технології, цифрова трансформація, фінансова екосистема, FinTech-компанії.

Банки є невід'ємним елементом сучасної світової цивілізації і потужною продуктивною силою, які акумулюють величезні обсяги грошових ресурсів та перерозподіляють їх в економіці з метою забезпечення неперервності відтворювального процесу і, як наслідок, збільшення матеріальних та нематеріальних благ суспільства. Виходячи з цього, особлива увага для успішного впровадження цифрової економіки в країні має приділятися цифровому розвитку фінансового сектора економіки та банківської системи, як його складової. Адже, 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.

Фінансові технології, або ФінТех (англ. FinTech), – термін, який далеко не новий, проте лише в останні роки ця діяльність почала виходити зі світу банкінгу і набувати рис окремої індустрії. З появою нових технологій орієнтація банків на внутрішні процеси і бажання користувачів експериментувати з цифровими послугами стали причинами виникнення та зростання нових ФінТех-компаній. ФінТех-компанії використовують у побудову своєї роботи новітні розробки у сфері мобільних платежів, онлайн-кредитування, цифрових миттєвих переказів

та інші прогресивні технології. Організації, побудовані за такими моделями, перебувають на вістрі новітніх технологій і, зазвичай, пропонують свої послуги виключно через мережу «Інтернет». Мережева модель цього бізнесу дозволяє:

- отримати нові джерела фінансування малому та середньому бізнесу і значно знизити витрати;
- збільшити доступність для всіх категорій населення до фінансових продуктів;
- задовольнити потреби клієнта з максимальною повнотою в найкоротші терміни.

Економія дає можливість пропонувати клієнтам фінансові продукти на дуже вигідних умовах, зокрема через спеціальні програми для смартфонів, які враховують індивідуальні переваги користувача. Так, ФінТех-компанії на сьогодні пропонують такі послуги:

- платіжні рішення і мерчант-послуги;
- Інтернет-банкінг і P2P-кредитування;
- міжнародні грошові перекази;
- інвестиційний менеджмент і private banking;
- обробка та організація великих обсягів інформації
- Big Data.

Компанії, зайняті в зазначеній індустрії, можна умовно поділити на стартапи, які надають технічні рішення для існуючих фінансових компаній та які працюють безпосередньо зі споживачами фінансових послуг [4].

Відображені на рис.1 цифрові технології у фінансовій сфері («FinTech») забезпечують процес стимулювання розвитку фінансового сектору, який веде до формування фінансових екосистем – це системи, що поєднують за допомогою використання цифрових технологій всіх учасників фінансового ринку.

Варто зазначити, що фінансові екосистеми розвиватимуться лише в тому випадку, коли в основі їх формування стоятиме банк [2]. І тільки у разі впровадження фінансових технологій у банківську діяльність та їх відповідного

регулювання, вони перейдуть в повноцінні банківські продукти і послуги із інновацій, що покликані нарощувати капітал.

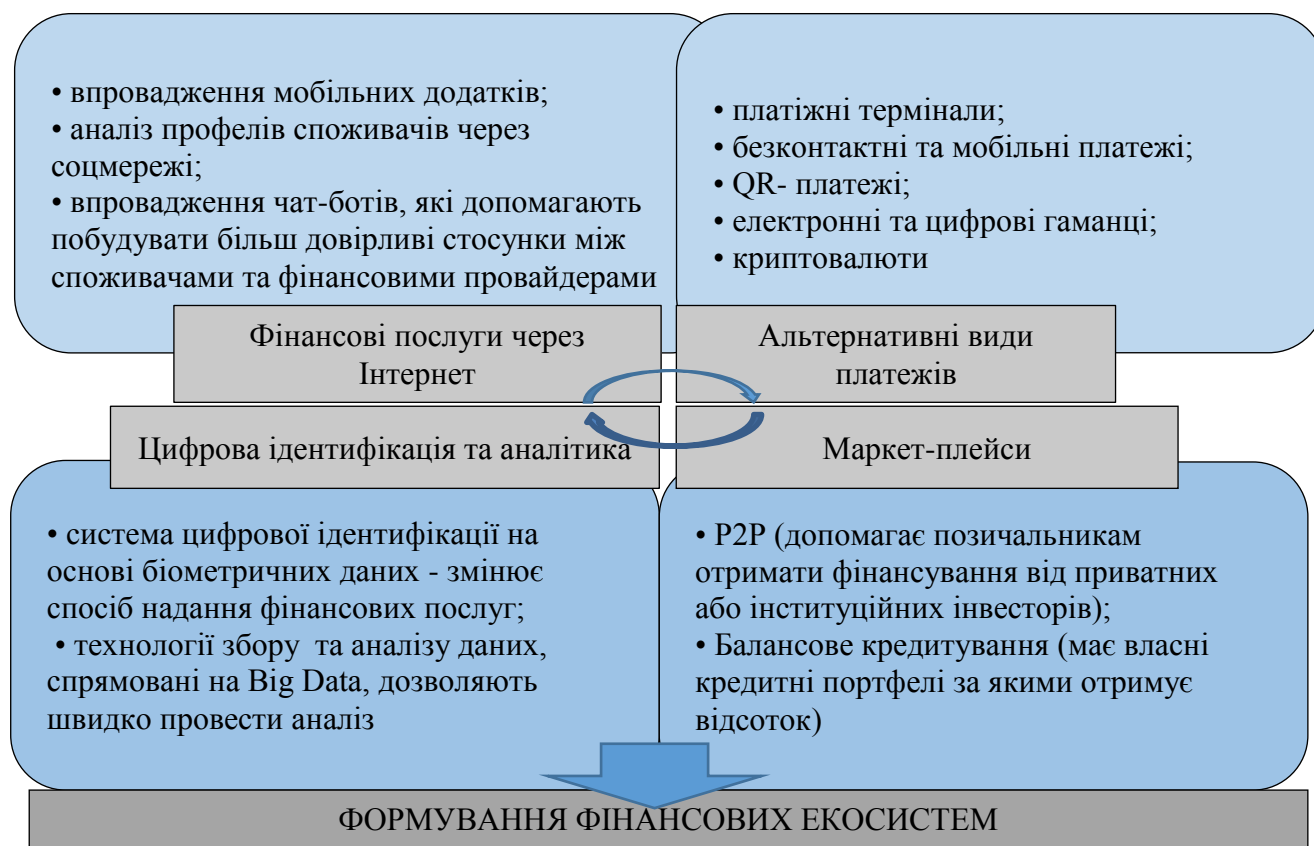


Рис. 1. Напрями розвитку фінансових технологій [1]

На нинішній день стрімко розвивають свою діяльність ФінТех-компанії, упроваджуючи технологічні інновації у фінансові послуги та створюючи конкуренцію ринку банківських послуг. В Україні діяльність ФінТех-компаній активно підтримується низкою різноманітних ініціатив і заходів Національного банку України, зокрема, передбачено: захист прав користувачів фінансових послуг і нові правила для стимулювання ліцензування нових гравців у секторі платежів, електронне візування сканкопій і підпис касових документів, можливість використання системи Bank ID для дистанційної ідентифікації клієнтів банків, можливість замовлення фінансових послуг онлайн, курс на безготівкову економіку шляхом підвищення фінансової грамотності населення [4].

В цілому, використання цифрових технологій у банківській діяльності

дозволить банкам поліпшити якість і прибутковість не лише від надання банківських послуг, а й від підвищення ефективності супутніх процесів, таких як управління персоналом, аналітична діяльність, забезпечення безпеки інформації. Водночас, дані технології нададуть можливість банкам знайти для себе інноваційні рішення, стартапам збільшити інвестиції і залучити клієнтів, а міжнародним венчурним фондам – укласти вигідні угоди.

Список використаних джерел:

1. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. URL: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf
2. Банки та фінтех-компанії: сила - в єдності. URL: <http://finpuls.com/upload/docs/news/banking/reviews>
3. Сучасні фінтех напрямки в банківському секторі. URL: <file:///E:/Downloads/1318-2585-1-SM.pdf>
4. Вплив розвитку фінтех на банківський ринок в Україні. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20182\(130\)/sep20182\(130\)_067_RudenkoZ.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20182(130)/sep20182(130)_067_RudenkoZ.pdf)

УДК: 332.025.12

О.В. Перчук, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
М.М. Расюк, аспірант 1 року навчання,
Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»
(м. Переяслав, Україна)

ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Анотація: У статті досліджено особливості державної фінансової підтримки малого підприємництва як важливої складової державного регулювання економіки та обґрунтовано чинники, які впливають на фінансову підтримку малого підприємництва в останні роки.

Ключові слова: мале підприємництво, фінансова підтримка, державна програма, фінансова політика, грошово-кредитна політика, економічний розвиток.

Державна підтримка малого підприємництва - це система багатопланових заходів, котрі охоплюють практично всі аспекти життєдіяльності підприємницьких структур (їх створення, функціонування, комерційної діяльності, фінансів, інвестицій, інновацій та ін.). Невід'ємною складовою державної політики сприяння розвитку малого підприємництва (МП) в Україні є саме фінансово-кредитна підтримка МП, яка включає, насамперед, фінансові, інвестиційні, страхові податкові та кредитні види впливу на даний сектор економіки. Фінансово-кредитна підтримка – це комплекс різних форм, методів, видів та важелів взаємодії, які тільки в сукупності можуть дати суттєву допомогу розвитку сектору малого підприємництва. Виважена, диференційована інвестиційна, податкова та грошово-кредитна політика здійснюють вирішальний вплив на формування та подальший розвиток суб'єктів малого бізнесу. Державна політика підтримки малого підприємництва в розвинутих державах формується на принципах забезпечення пріоритетності країни на міжнародних ринках, вирішення важливих соціальних проблем суспільства, піднесення добробуту населення [1; 3].

Найважливіші важелі державної фінансової підтримки малого підприємництва в Україні можна поділити на дві основні групи методів державної фінансової підтримки — прямі (надання субсидій; надання позик; формування державних фондів; створення спеціалізованих фінансових установ) й непрямі (податкові знижки (або повне звільнення від інших податків); податкові пільги; прискорену амортизацію; знижки на науково-дослідні витрати, на витрати, пов'язані з підготовкою кадрів для підприємницької діяльності тощо). Заходам другої групи властивий непрямий характер, вони поступово витісняють важелі прямого адміністративного впливу [4].

Мета, принципи та напрямки допомоги МП зафіксовано в державних програмах підтримки малого підприємництва, які підкріплені відповідними матеріальними, інформаційними, фінансовими, кадровими та іншими ресурсами, є основною формою здійснення державної політики стосовно до малого бізнесу. Ці програми реалізуються в рамках конкретних ліній допомоги, наданої різними інститутами підтримки малих підприємств. Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» передбачена можливість надання державної підтримки для суб'єктів господарювання, яка включає фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу [2].

Фінансова державна підтримка надається за рахунок державного та місцевих бюджетів шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами тощо. Відповідно до частини першої статті 16 та статті 17 цього ж Закону надання державної фінансової підтримки здійснюється Українським фондом підтримки підприємництва та іншими загальнодержавними фондами, регіональними та місцевими фондами підтримки

підприємництва [2].

Державні програми підтримки малого бізнесу в розвинутих країнах багатогранні та мають порівняно вузький характер. Для нашої країни варто було б, щоб домінував інший підхід, відповідно до якого на державному та регіональному рівнях розроблялися б комплексні програми розраховані на певний період часу. Основним інструментом державного сприяння розвитку малого бізнесу є цільові комплексні бюджетні програми. В практиці їх впровадження існує ряд недоліків, зокрема: недостатнє фінансування програм, відсутність належного методологічного забезпечення виконання та оцінки ефективності заходів цих програм (особливо в напрямі фінансово-кредитної підтримки МП).

В Україні сформовано систему інституцій державного регулювання цієї сфери, проте вона потребує удосконалення для забезпечення, головним чином, дієвості державної фінансової підтримки малого підприємництва. Для цього потрібно здійснити впорядкування інфраструктури підтримки малого підприємництва в Україні шляхом групування її елементів у два блоки – загальнодержавні та недержавні об'єкти (додаток А), що дозволяє виділити структури, уповноважені на впровадження державної політики підтримки малого підприємництва [1].

Особливе місце в цій системі займають неприбуткові організації – фонди підтримки підприємництва, які здійснюють фінансове забезпечення реалізації державної політики у сфері підтримки малого підприємництва на відповідних рівнях (на загальнодержавному – Український фонд підтримки підприємництва (УФПП), на регіональному – РФПП, на місцевому рівні – місцеві фонди підтримки підприємства). Проте на практиці таким фондам відведено неналежну роль, а ряд прикладних питань щодо їх діяльності досі залишаються невирішеними і законодавчо неврегульованими. Особливо це спостерігається при впровадженні заходів державного сприяння у напрямі фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва, який вважаємо одним з найважливіших

напрямів державної політики у цій сфері [3].

Отже, державна фінансова політика сприяння розвитку малого бізнесу повинна бути виваженою, науково обґрунтованою, відповідати стратегії соціально-економічного розвитку країни. Лише тоді державні програми підтримки малого підприємництва матимуть системний характер, а державна політика відобразить послідовність, відповідальність та забезпечить досягнення намічених цілей. В сучасних умовах розвитку господарських відносин в Україні економічна політика держави щодо МП повинна містити збалансоване поєднання як проявів жорсткого регулювання, так і заходів сприяння.

Список використаних джерел:

1. Бережницька У. Б. Теоретичні аспекти державної політики підтримки малого підприємництва. *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні : матеріали III Міжнар. наук.-практ. Конф.* відп. ред. А. А. Мазаракі. К. КНТЕУ. 2017.
2. Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI. «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/4618-17>
3. Остапенко Н. Методика оцінки впливу державної фінансової підтримки на розвиток малого підприємництва. *Економічний аналіз*. 2012. Випуск 10. частина 1. С. 317-321
4. Варналій З.С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики*. 4-те вид., стер. К. Т-во „Знання. КОО. 2008. 302 с.

УДК 336.221.22

О.М. Розмислов, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Є.М. Керемет, студентка 1-го курсу
спеціальність 072 Фінанси, банківська справа і страхування,
Східноукраїнський Національний університет імені Володимира Даля
(м. Сєверодонецьк, Україна)

СУЧАСНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ МІСЦЕВИХ ГРОМАД

Анотація: Розглянуто проблеми оподаткування доходів фізичних осіб та перспективи наповнювання місцевих бюджетів. Наведено сучасний механізм розподілу податку до місцевого бюджету, проаналізовано динаміку надходжень до бюджету та оцінено фіскальні показники з податку на доходи фізичних осіб. Оцінено частку та надходження податку в місцевий бюджет, розраховані показники, які характеризують частку податку на доходи фізичних осіб в структурі податкових платежів, на одну людину на прикладі даних міста Рубіжне.

Ключові слова: податок, громади, місцевий бюджет, заробітна плата, фіскальна політика, розвиток, економіка.

Однією з головних засад успішного розвитку держави є ефективна та дієва система місцевого самоврядування. Для забезпечення виконання своїх функцій органи місцевого самоврядування повинні мати достатні фінансові ресурси для належного соціально – економічного розвитку громади . Одним із важливих джерел доходів бюджетів органів місцевого самоврядування є податок на доходи фізичних осіб. За допомогою податку на доходи фізичних осіб держава має можливість впливати на рівень доходів громадян і виступає регулятором між державою та платником тим самим визначає їх учасниками бюджетного процесу.

Проблема оподаткування доходів фізичних осіб була завжди актуальною темою в Україні, так як недосконалість чинного законодавства, механізм нарахування та стягнення податку потребує постійного аналізу пріоритетних напрямів вдосконалення.

Аналіз податку з доходів фізичних осіб проводився на основі пояснювальних записок до річного звіту фінансового управління Рубіжанської міської ради.

Розрахунок рівня податку на доходи фізичних осіб на одну особу за даними Рубіжанської міської ради в період 2016 – 2020 рр.

Показник	2016	2017	2018	2019	2020
Податок та збір на доходи фізичних осіб, тис. грн.	71 604,99	103 553,87	122 322,42	146 822,19	167 327,26
Всього надходжень до бюджету міста, тис. грн.	116665,77	157 532,99	183 377,98	212 247,23	233 705,87
Відсоток у загальному обсязі доходів міського бюджету, %	61,4	65,7	66,7	69,2	71,6
Кількість населення міста, осіб.	58 582,00	57 763,00	57 299,00	56 785,00	56 066,00
ПДФО на одну особу населення, грн.	1222,3	1792,7	2134,8	2585,6	2984,5

Бюджетним кодексом України згідно статті 64 передбачено, що до доходів загального фонду бюджетів міських територіальних громад належать 60 відсотків податку на доходи фізичних осіб, крім пасивних доходів фізичних осіб (проценти на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок, проценти на вклад (депозит) у кредитній спілці), що сплачується (перераховується) згідно з Податковим кодексом України на відповідній території [1].

Позитивна тенденція надходжень з податку на доходи фізичних осіб не може об'єктивно характеризувати політику місцевого бюджету у сфері справляння даного податку. Так, як він залежить від ряду інших факторів, таких як:

- збільшення кількості платників податку;
- легалізація доходів платників;
- рівень заробітної плати;
- рівень мінімальної заробітної плати в країні та можливість застосування податкової соціальної пільги;
- рівень зайнятості та зростання загального добробуту населення;
- налагодження податкової культури серед платників та інші фактори [2].

Оцінку податку на доходи фізичних осіб як фіскального показника доцільно

здійснити за показниками наведеними на рис. 1 [4].

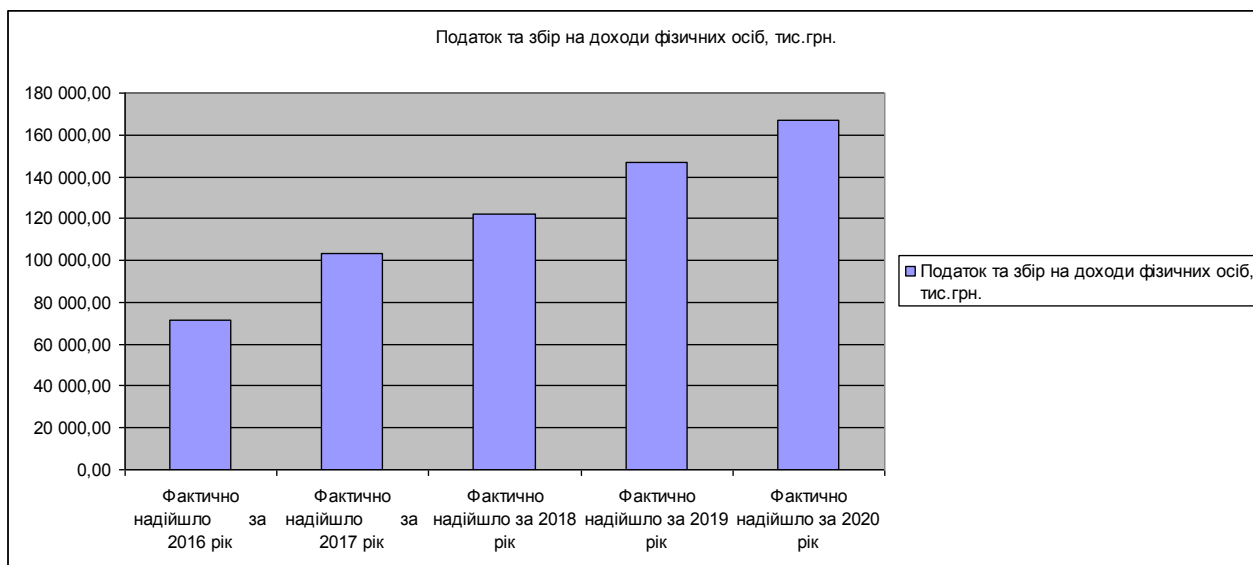


Рис. 1. Оцінка податку на доходи фізичних осіб за період 2016 – 2020 рр.

Аналізуючи фіскальну ефективність податку на доходи фізичних осіб, з'ясуємо, що існуючий обсяг надходжень зі сплати даного податку забезпечується в основному за рахунок вирахувань із заробітної плати, які, як відомо, здійснюються податковим агентом у джерела доходу. Така ситуація спостерігається протягом тривалого періоду, що найменше протягом останніх п'яти років, коли більше 90 % усіх надходжень забезпечує податок із заробітної плати.

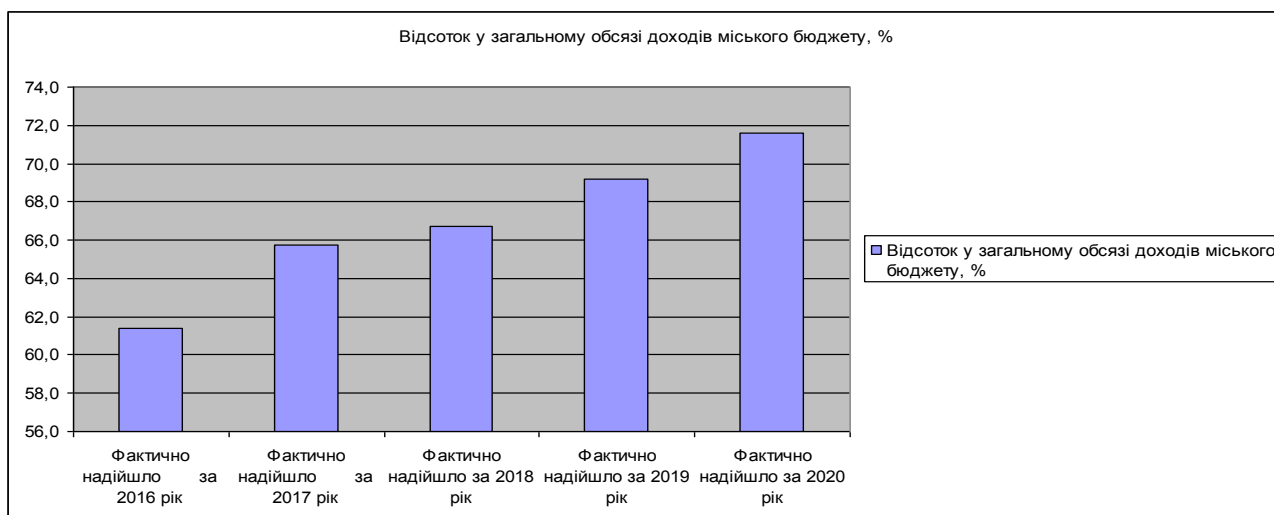


Рис. 2. Динаміка зміни частки податку за період 2016 – 2020 рр.

Також необхідно зазначити, що податок на доходи фізичних осіб – це

основне джерело наповнення місцевих бюджетів. Динаміка зміни частки податку за останні 5 років наведена на рис. 2, та рівень податку на доходи фізичних осіб в розрахунку на одну особу наведено на рис. 3.

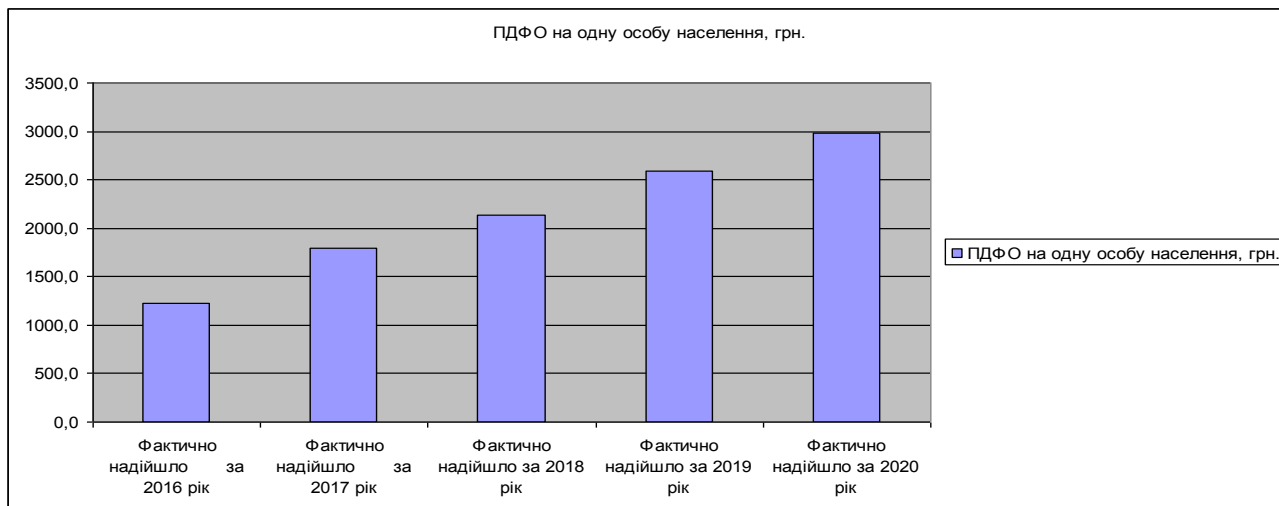


Рис. 3. Рівень податку на доходи фізичних осіб в розрахунку на одну особу за період 2016 – 2020 рр.

Насправді українська податкова система є дуже складною в управлінні, тому велика кількість податків спричинює передумови для корупції та зловживань у податковій сфері, для нерозуміння між платниками податків та державою [3].

Таким чином, аналізуючи вище наведені данні, з метою удосконалення податкової системи в Україні з приводу ефективного використання податку на доходи фізичних осіб, пропонується:

1. Проведення системної роботи щодо поліпшення адміністрування податків, розширення податкової бази, виявлення та усунення негативних чинників, що несприятливо впливають на рівень надходжень податку до місцевого бюджету .

2. Реалізація комплексу заходів, спрямованих на легалізацію тіньового сектору економіки, насамперед за рахунок легалізації прихованих доходів, а також укріплення партнерських відносин з представниками малого підприємства з метою поліпшення бізнес-клімату.

3. Підвищення конкурентоспроможності виробників міста, створення

інвестиційної привабливості та поживлення інноваційної активності.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>
2. Юрчишена Л.В. Податок на доходи фізичних осіб: механізм стягнення та джерело доходу бюджету України URL:<https://jfub.donnu.edu.ua/article/view/2855/2894>
3. Швець Ю.О., Бахметова Я.Ю. Оподаткування доходів фізичних осіб: проблеми та перспективи в Україні та ЄС URL:<http://global-national.in.ua/archive/17-2017/155.pdf>
4. Звіти про виконання бюджету міста Рубіжне. URL:<https://rmr.gov.ua/byudzhhet-mista/zvit-pro-vykonannya/>

УДК: 338.2:351.863

Н.С. Танклевська, д.е.н., професор,
завідувачка кафедрою економіки та фінансів
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: на функціонування будь якого підприємства впливає безліч факторів та ризиків які мають позитивну та негативну динаміку діяльності. Нами розглянуті фінансові важелі та показники їх оцінки на економічну оцінку підприємства.

Ключові слова: фінансова безпека, фінансово-економічна безпека, фінансові важелі, показники фінансово-економічного стану.

В умовах затяжної політико-економічної кризи, девальвація національної валюти, необґрунтована державна політика та низка інших факторів зумовили порушення ефективної роботи економічної системи України. У зазначених умовах стабілізувати ситуацію можливо завдяки розвитку та якісному функціонуванні сільського господарства, що забезпечується шляхом вирішення питання підвищення його фінансової безпеки. Сільське господарство, як сектор вітчизняної економіки, потребує найбільшого захисту як у регіональному так і у міжнародному значенні. Фінансова безпека є багатогранною категорією економічної теорії, яка за останній роки набула особливої актуальності, тому багато вітчизняних та зарубіжних вчених присвячують її дослідженню свої наукові праці.

Ризики господарської діяльності може призвести до значного зниження рівня фінансового стану підприємства, а в майбутньому привести до його банкрутства. Це потребує від кожного суб'єкта господарювання розробки та реалізації системи фінансово-економічної безпеки. Фінансово-економічна безпека підприємства є складною системою, яка містить в собі різні складові, які направлені на забезпечення ефективності використання матеріальних, трудових, інформаційних та фінансових ресурсів. Отже, оцінка рівня фінансово-економічної безпеки, застосування нових методів та алгоритмів забезпечення

фінансово-економічної безпеки підприємств потребують подальшого дослідження і продовжують привертати увагу багатьох науковців і практиків.

Фінансово-економічна безпека суб'єкта господарювання є складною системою, яка включає певний набір внутрішніх характеристик, спрямованих на забезпечення ефективності використання корпоративних ресурсів за кожним напрямом діяльності. Таким чином, ми вважаємо, що будь-яку безпеку, в тому числі і фінансово-економічну, варто розглядати через призму її функціональних складових, що дозволяє: здійснювати моніторинг чинників, які впливають на стан фінансово-економічної безпеки загалом; досліджувати процеси, які здійснюють вплив на забезпечення фінансово-економічної безпеки; проводити аналіз переділу і використання ресурсів підприємства; вивчати економічні показники, що відображають рівень забезпеченості функціональних складових; розробляти заходи, які слугуватимуть досягненню високого рівня складових, що призведе до посилення фінансово-економічної безпеки суб'єкта господарювання у цілому.

Вважаємо, що фінансово-економічна безпека – це такий фінансово-економічний стан підприємства, який сприяє забезпеченню захищеності його фінансово-економічних інтересів від негативних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і створенню необхідних фінансово-економічних умов для безперервної успішної діяльності та сталого розвитку підприємства.

Для покращення та зміцнення безпеки підприємств необхідно застосовувати фінансові важелі. Фінансові важелі - система стимулів та заохочень для менеджерів за ухвалення ефективних управлінських рішень та систему санкцій за негативні наслідки їх дій у сфері фінансової безпеки, а також загальний внутрішній механізм управління підприємствами, заснований на його власній фінансовій філософії. Також слід зазначити, що фінансова безпека - складова економічної безпеки держави, що характеризується збалансованістю фінансів, достатньою ліквідністю активів; наявністю необхідних грошових, золотовалютних активів; ступенем захищеності фінансових інтересів на усіх

рівнях фінансових відносин між суб'єктами, наявністю імунітету до негативного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів; стійкістю функціонування фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської бюджетної, податкової, інвестиційної систем; збалансованістю механізмів регулювання і саморегулювання та забезпечення ефективного функціонування економіки в цілому.

Головною метою фінансово-економічної безпеки виступає гарантування фінансової стійкості та максимально ефективного функціонування підприємства у поточному періоді та високий потенціал розвитку у майбутньому, головною умовою якого є здатність протистояти існуючим негативним зовнішнім та внутрішнім факторам, виникаючим небезпекам та загрозам, які здатні завдати збитків підприємству.

Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства складається з декількох етапів. Змістом першого етапу є визначення видів і причин виникнення негативних впливів на підприємство. Негативні впливи, які загрожують фінансово-економічній безпеці підприємства можуть мати суб'єктивний і об'єктивний характер. До негативних впливів суб'єктивного типу відносяться внутрішні і зовнішні впливи, в основі яких лежать усвідомлені дії (а іноді і бездіяльність) людей і інших суб'єктів ринку з метою нанесення шкоди підприємству, а також неякісна робота її співробітників або партнерів по бізнесу.

На другому етапі процесу забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства необхідно визначити його фінансовий стан та надати оцінку поточного рівня її безпеки. При цьому детально аналізується існуюча загроза негативних впливів на безпеку підприємства та можливі збитки від цих впливів. Для забезпечення максимального ефекту в запобіганні загрози таких дій кожне підприємство повинно мати у своєму розпорядженні єдину систему збору, аналізу та оцінки інформації про стан її економічної безпеки.

Показники за допомогою яких можна оцінити фінансово-економічний стан підприємства наведені в табл. 1.

Індикатори фінансово-економічної безпеки призначені для визначення

кількісних показників соціально-економічної дійсності, перевищення рівня яких перетворить потенційні загрози на реальні.

Таблиця 1

Показники визначення фінансово-економічного стану підприємства

Платоспроможність:	Ділова активність:	Фінансова стійкість:	Прибутковість:
- коефіцієнт загальної ліквідності; - коефіцієнт термінової ліквідності; - коефіцієнт абсолютної ліквідності.	- оборотність активів; - оборотність товарно-матеріальних запасів; - середній термін оплати дебіторської заборгованості; - середній термін оплати кредиторської заборгованості.	- коефіцієнт автономії; - коефіцієнт забезпеченості боргів; - фінансовий важіль.	- чистий прибуток; - рентабельність.

Рівень економічної безпеки країни характеризується багатьма індикаторами та структурними її складовими, проте важливе значення у структурі складових економічної безпеки має інвестиційна та інноваційна безпека. Оскільки сучасний стан реального сектору економіки України характеризується низьким рівнем інноваційного розвитку держави. Тому необхідність запровадження інноваційно-інвестиційного механізму шляхом запровадження відповідних програм забезпечить інноваційно-інвестиційний розвиток країни, розширення експортної пропозиції, поглиблення реформ у галузях, що формують інноваційно-інвестиційний потенціал України, тобто забезпечить конкурентоспроможну економіку країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Танклевська Н. С. Фінансова безпека функціонування сільського господарства як базис економічного розвитку країни. *Тенденції розвитку національних економік: економічний та правовий виміри*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (м. Київ, 18-19 травня 2017 р.) Київ : ККІБП, 2017, 2 т. 124 с. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15059020064169.pdf#page=108>
2. Пилипенко К.А. Структурні складові економічної безпеки та індикатори інтегрального рівня. *Таврійський науковий вісник: наук. журн.* Вип. 92. Херсон: Грінь Д. С., 2015. С. 265 – 271.

УДК 336.7

Ю. М. Тютюнник, к.е.н., доцент,
професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
С. В. Тютюнник, к.е.н., доцент,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ЗАГАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ ЗА АКТИВАМИ ТА КОЕФІЦІЄНТА ЙМОВІРНОСТІ ДЕФОЛТУ

Анотація: розглянуті економічний зміст, компоненти та принципи визначення кредитного ризику за активами, наведені діапазони значень коефіцієнта ймовірності дефолту боржника – юридичної особи залежно від виду економічної діяльності та класу кредитоспроможності.

Ключові слова: кредитний ризик, ймовірність дефолту, втрати в разі дефолту, експозиція під ризиком, коефіцієнт ймовірності дефолту боржника – юридичної особи.

Відповідно до вимог «Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» (далі – Положення № 351) банк із метою визначення можливих втрат (збитків) невиконання боржником/контрагентом зобов'язань здійснює оцінювання кредитного ризику за всіма активними банківськими операціями. До таких операцій належать усі види кредитних операцій, операції з розміщення коштів на кореспондентських рахунках в інших банках, операції з придбання цінних паперів, дебіторська заборгованість, у тому числі дебіторська заборгованість за господарською діяльністю, інші активні банківські операції, уключаючи нараховані за всіма цими операціями доходи [1].

Кредитний ризик (CR) – розмір очікуваних втрат (збитків) (EL) за активом унаслідок дефолту боржника/контрагента. Дефолт боржника/контрагента – стан у відносинах між банком і боржником/контрагентом, що характеризується ознаками, визначеними в розділі XVII Положення № 351.

Компонентами кредитного ризику є [1]:

а) ймовірність дефолту (PD) – компонент (коефіцієнт) розрахунку розміру кредитного ризику, що відображає ймовірність припинення виконання

боржником/контрагентом своїх зобов'язань;

б) втрати в разі дефолту (LGD) – компонент (коефіцієнт) розрахунку розміру кредитного ризику, що відображає рівень втрат (збитків) унаслідок дефолту боржника/контрагента;

в) експозиція під ризиком (EAD) – компонент розрахунку розміру кредитного ризику, що відповідає боргу за активом, який перебуває під ризиком дефолту боржника/контрагента.

Банк визначає кредитний ризик за активами з дотриманням таких принципів [2, с. 287-289]:

- переваги сутності здійснюваних банком активних операцій над їх формою;
- своєчасності та повноти виявлення кредитного ризику;
- адекватності оцінки розміру кредитного ризику;
- застосування банком способів (методів) зниження кредитного ризику;
- урахування власного досвіду банку під час оцінки кредитного ризику;
- достатності та адекватності розроблених банком внутрішніх положень.

Банк із метою розрахунку розміру кредитного ризику за активом відповідно до вимог Положення № 351 та внутрішньобанківського положення визначає значення кожного з компонентів кредитного ризику (PD, LGD та EAD) залежно від виду боржника/контрагента [юридична особа (крім банку та бюджетної установи), фізична особа, бюджетна установа, банк, боржник – емітент цінних паперів], виду активу, виду забезпечення, валюти боргу (національна або іноземна), способу оцінки активу (на індивідуальній або груповій основі).

Зокрема, банк визначає значення коефіцієнта ймовірності дефолту боржника – юридичної особи згідно з додатком 9 до Положення № 351 виходячи зі скоригованого класу боржника (табл. 1).

Отже, якщо, наприклад, боржник – юридична особа відноситься до секції А і має клас боржника 3, то ймовірність його дефолту коливається від 2,4 до 4,8 %. Банк під час визначення точного значення коефіцієнта ймовірності дефолту боржника – юридичної особи в межах установленого діапазону також ураховує:

- динаміку фактичних значень інтегрального показника фінансового стану;
- якість менеджменту боржника – юридичної особи;
- наявність та активність ринків збуту продукції;
- наявність та стан виконання бізнес-плану;
- інші події та обставини, що можуть впливати на припинення виконання боржником своїх зобов'язань.

Таблиця 1

Діапазони значень коефіцієнта ймовірності дефолту (PD) боржника – юридичної особи [2, с. 290]

Клас боржника – юридичної особи	Діапазони значень коефіцієнтів PD				
	сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство: секція А	добувна промисловість і розроблення кар'єрів, переробна промисловість, будівництво: секції В, С, F	оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів: секція G	фінансова та страхова діяльність, операції з нерухомим майном, професійна, наукова та технічна діяльність, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування: секції К, L, M, N	інші: секції D, E, H, I, J, O, P, Q, R, S, T, U
1	0,005- 0,013	0,005-0,022	0,005-0,018	0,005-0,030	0,005-0,024
2	0,014- 0,023	0,023-0,044	0,019-0,03	0,031-0,051	0,025-0,041
3	0,024- 0,048	0,045-0,086	0,031-0,06	0,052-0,069	0,042-0,059
4	0,049- 0,09	0,087-0,11	0,061-0,09	0,07-0,09	0,06- 0,10
5	0,10- 0,14	0,12-0,17	0,10-0,14	0,10-0,12	0,11- 0,14
6	0,15- 0,18	0,18-0,20	0,15-0,21	0,13-0,16	0,15- 0,19
7	0,19- 0,25	0,21-0,29	0,22-0,27	0,17-0,21	0,20- 0,24
8	0,26- 0,32	0,30-0,38	0,28-0,38	0,22-0,29	0,25- 0,32
9	0,33- 0,99	0,39-0,99	0,39-0,99	0,30-0,99	0,33- 0,99
10	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0

Порядок урахування впливу такої інформації в межах передбаченого Положенням № 351 для боржника – юридичної особи діапазону банк визначає у внутрішньобанківському положенні.

Список використаних джерел:

1. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями: постанова Правління Національного банку України від 30 червня 2016 р. № 351. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16> (дата звернення 10.06.2020).

2. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. 434 с.

УДК 657.6

Цвирко Анастасія, Наумчик Евгения
студенты 3 курса факультета финансов и банковского дела
Белорусский государственный экономический университет
(г. Минск, Беларусь)

АУДИТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Аннотация: рассмотрены актуальность проведения налогового аудита организациями, его характеристика и особенности в Республике Беларусь, а также типичные ошибки при ведении налогового учета в организациях.

Ключевые слова: аудит, налоговый аудит, аудит налогов и сборов, налоги, НДС.

Аудит налогообложения – независимая проверка систем налогового и бухгалтерского учета организации с целью выражения мнения о правильности формирования налоговой базы; точности налоговых расчетов; обоснованности и возможности применения налоговых льгот; проверки применяемых схем налоговой оптимизации, правильности составления налоговых деклараций, а также оценка налоговых рисков, то есть возможных последствий неисполнения выявленных нарушений. Проще говоря, это проверка финансовых документов на соответствие налоговому законодательству.

Актуальность проверки налогового учета обусловлена тем, что налоги являются частью взаимоотношений аудируемого лица с государственными контролирующими органами и нарушения в этой сфере могут повлечь за собой негативные последствия для него. Другими словами, проверка налогового учета позволяет существенно сократить потери при уплате различных штрафов. Таким образом, независимая налоговая проверка всегда актуальна как для крупных, так и для средних организаций.

Налоговый аудит как отдельный вид аудита Законом «Об аудиторской деятельности» от 12 июля 2013 года № 56-З не выделяется, а относится, скорее, к сопутствующим услугам и поэтому является инициативным со стороны самой организации. Фактически, налоговый аудит может быть частью общего аудита, если заказчик общего аудита желает проверить налоговый учет и налоговую

отчетность. Чтобы полностью изучить и впоследствии снизить налоговые риски организации, необходимо провести полноценный налоговый аудит, который по сути своей является той же налоговой проверкой, только защищает интересы аудируемого лица и позволяет в полной мере подготовиться к налоговой проверке в будущем. По результатам налогового аудита заказчик аудиторских услуг уверен в результатах работы предыдущих бухгалтеров, правильной организации бухгалтерского учета и осуществлению внутреннего контроля.

Рассмотрим примеры ошибок, которые допускают организации при расчете налогов и сборов [3, с. 160-168]:

1. Занижение налоговой базы за счет затрат, учитываемых при налогообложении. Так, при проведении аудита на предприятии может быть выявлено, что в составе затрат, которые учитываются при налогообложении, отражена стоимость топлива по нормам без учета его фактического расхода. Или допущено несоответствие показателей выручки от реализации товаров (работ, услуг), затрат, внереализационных доходов и расходов, отраженных в бухгалтерском учете, данным налоговых деклараций (расчетов) по налогу на прибыль.

В данном случае уместно будет доначислить налог на прибыль, НДС, налог на недвижимость, отчисления части прибыли, подоходный налог с физических лиц, за неисполнение налогового обязательства исчислить пени. За нарушения, установленные в ходе проверки, организация и ее должностное лицо могут быть привлечены к административной ответственности [1, ст. 12.1, 13.6-13.8]

2. Не исчисление НДС по договорам безвозмездного пользования. К примеру, между организациями заключен договор безвозмездного пользования, согласно которому ссудодатель от ссудополучателя получает сумму возмещения по налогу на недвижимость и земельному налогу. С полученных сумм возмещения ссудодатель НДС не исчислил, что не правомерно, так как объектами обложения НДС не признают обороты по передаче имущества в безвозмездное пользование, при которой ссудодателю не возмещаются расходы

по содержанию имущества и (или) иные расходы, связанные с имуществом, в т.ч. суммы начисленной амортизации, земельного налога или арендной платы за земельный участок, налога на недвижимость [2, ст. 115].

Что может привлечь организацию к административной ответственности, а именно к наложению штрафа в размере от 2 до 8 БВ. За уклонение от уплаты налогов, совершенное умышленно и повлекшее причинение ущерба в крупном либо особо крупном размере, предусмотрена уголовная ответственность. [1, ст. 14.4]

3. Принятие к вычету, исчисленного НДС при приобретении услуг у нерезидентов в текущем отчетном периоде. Например, если организация приобрела услуги у нерезидента, являющиеся объектом исчисления НДС, исчислила НДС и приняла исчисленную сумму к вычету в месяце приобретения услуг. Что является нарушением, так как НДС подлежит вычету в отчетном периоде (месяце или квартале), следующем за периодом его исчисления, при наличии электронного счета-фактуры, выставленного на Портал [2, ст.133].

Данная ошибка может повлечь за собой привлечение виновных лиц к административной ответственности. За что предусмотрено предупреждение или наложение штрафа в размере от 2 до 20 базовых величин .[1, ст. 14.6]

Проведение аудита налогообложения поможет плательщику избежать налоговых претензий и судебных споров путем самостоятельного решения выявленных недочетов, т.е. вернуть все на свои места: выручку, затраты, налоговые вычеты по НДС. Что и отражается в пункте 6 статьи 33 НК РФ: плательщик вправе до назначения налоговой проверки самостоятельно произвести корректировку налоговой базы и уплатить налог. [2, ст. 33]

Таким образом, цель аудита налогов и сборов можно свести к оценке степени возможных налоговых рисков и исправлению нарушений до того, как их выявят представители контролирующих органов. В результате аудита налогов компания получает возможность предотвратить начисление таких санкций, как штрафы и пени, а в отдельных случаях и избежать уголовной ответственности.

Список использованных источников:

1. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях: Кодекс Респ. Беларусь от 06.01.2021 № 91-3// База данных "Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь"/ Pravo.by. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=НК2100091> (дата доступа: 08.04.2021).
2. Налоговый Кодекс Республики Беларусь: Налог. Кодекс Респ. Беларусь от 19.12.2002 № 166-З. База данных "Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь"/ Pravo.by. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk0200166> (дата доступа: 08.04.2021).
3. Лемеш, В.Н. Энциклопедия бухгалтерских ошибок: причины, выявление исправление. Минск, 2016. 280 с.

УДК 339.7

Ци Юн Лю (Qi Yun Liu), доцент
института экономики и управления
Хулунбуирский университет
(АРВМ, г. Хайлар, КНР)

ЦИФРОВОЙ ЮАНЬ - НОВЫЕ МИРОВЫЕ ДЕНЬГИ

Аннотация: Произведен анализ запуска цифрового юаня и его отличие от криптовалюты. Обозначены цели и задачи цифрового юаня. Рассмотрены перспективы интернетизации цифрового юаня.

Ключевые слова: цифровой юань, криптовалюта, биткоин, учет.

Китайская Народная Республика (КНР) является мировым лидером в области цифровых транзакций, на его долю приходится 44% от общей стоимости транзакций в мире цифровых платежей. Китай создаёт официальную цифровую валюту – киберюань. Цифровой юань (DCEP) – это государственный блокчейн, не является анонимным, его невозможно подделать или подвергнуть хакерской атаке и занесен в децентрализованный реестр «бухгалтерской книги». Цифровой юань решает многие проблемы и задачи (рис. 1).

Цели
<ul style="list-style-type: none">• усилить контроль над транзакциями граждан и бизнеса• расширить возможности НБК в проведении монетарной политики — DCEP позволит сделать ее более точной и охватить все слои населения• изменить роль существующих трансграничных платежных систем — CIPS и SWIFT• отнять часть рынка у Alipay и WeChat Pay, несмотря на официальные заверения в обратном• использовать DCEP в качестве отправной точки для дальнейшего развития своей цифровой экономики
Задачи
<ul style="list-style-type: none">• сократить эксплуатационные и транзакционные издержки (выпуск и обслуживание наличности и безналичных операций требует больших расходов)• снизить стоимость платежей в юанях и сделать их удобнее и быстрее• сделать финансовые услуги более доступными для всего населения, прежде всего для жителей удаленных районов• облегчить и удешевить выплаты пособий• снизить нецелевое использование бюджетных средств, бороться с отмыванием и подделкой денег, а также оттоком капитала из страны• увеличить оборот юаня и его международное использование, а также ослабить зависимость от доллара

Рис. 1. Цели и задачи цифрового юаня

Цифровой юань снижает риски от введения санкций и повышает свои позиции в глобальной финансовой системе с доминирующим долларом. Для использования цифрового юаня не нужны ни счет в банке, ни интернет (в отличие от чрезвычайно популярных в Китае Alipay и WeChat Pay, которые контролируют 90% китайского рынка мобильных платежей). Цифровой юань доступен и для офлайн транзакций. Приложив один телефон к другому, можно передать деньги, как наличные – прозрачным и защищённым образом (рис. 2):

- цифровой юань мгновенно переходит от отправителя к получателю, что исключает из этой цепочки посредников в виде банков и компаний, которые зарабатывают на комиссиях от платежей (пиковая скорость DCEP - 220000 транзакций в секунду, Visa - от 24000 до 65000, Bitcoin - 7 транзакций в секунду);
- каждый цифровой юань аннулирует один юань, находящийся в обращении в физической форме.

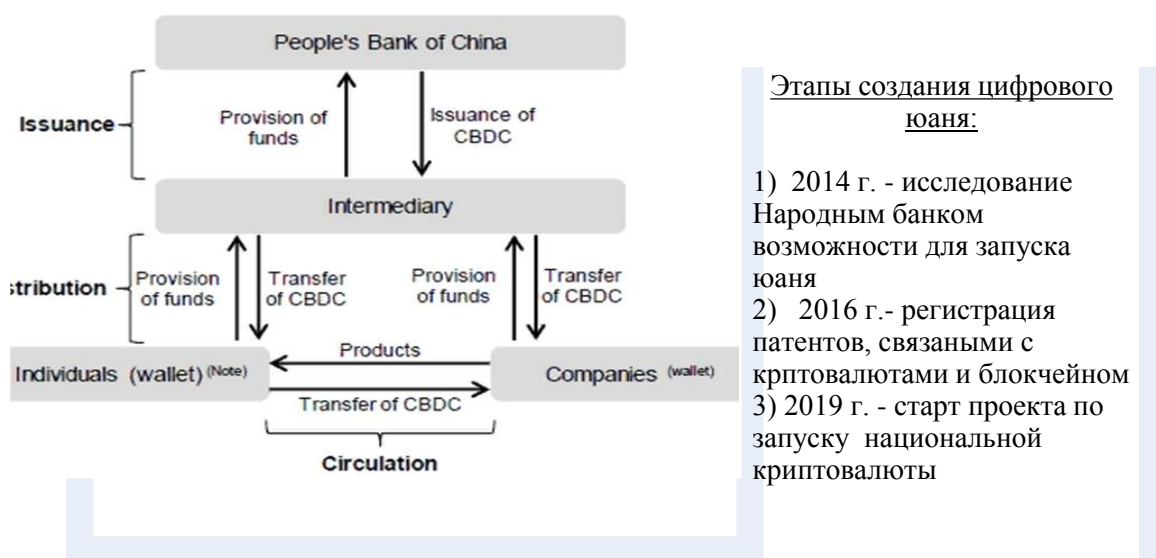


Рис. 2. Путь цифрового юаня

Экосистема Bitcoin, на которую опирались многие ученые не могла быть использована. Для создания цифрового юаня экосистема Bitcoin в силу своей противоречивости принципам китайской государственности, и ввиду децентрализации не использовалась, а напротив пресекалась (рис. 3).

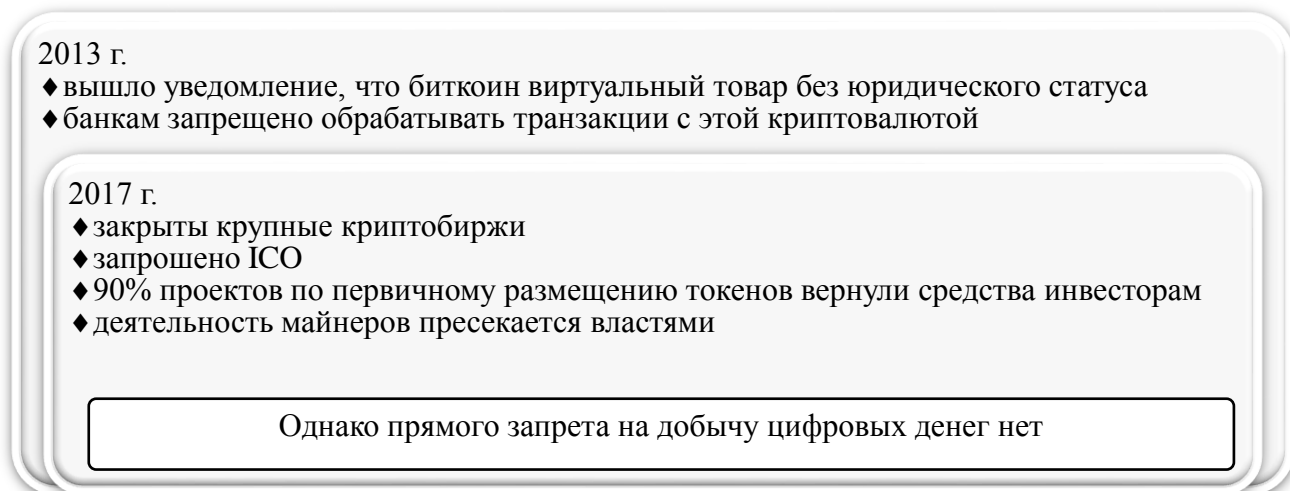


Рис. 3. Факторы, затрудняющие развитие криптовалюты в Китае

Китай является лидером в области криптотехнологий и блокчейна. В 2020 году в стране было сосредоточено более 65% мировых мощностей по майнингу биткоина (доля рынка США – 7,2%, а России – 6,9%).

Криптовалюта существует за пределами традиционной глобальной финансовой системы и не является законным платежным средством (деньги выпускаются правительством). Основным отличием цифрового юаня от криптовалют является наличие единственного эмитента в лице Народного банка Китая. Цифровой юань сводит на нет одно из главных преимуществ биткойнов: анонимность для пользователя. Народный банк Китая контролирует цифровой юань, чтобы не было волатильности как у биткоина (спекуляция, подделка). В цифровом юане используют элементы экосистемы криптовалют, однако система полностью прозрачна и подконтрольна государству.

В 2020 создан в стране создан Национальный фонд развития блокчейна и его основные задачи:

- защита суверенитета страны,
- модернизация системы управления государством (отказ от бумажных документов),
- сокращение расходов на администрирование,
- развитие промышленности, малого и среднего бизнеса.

Цифровой юань (DCEP) контролируется Народным банком Китая, что обеспечивает контроль не только над экономикой страны, но и за населением.

Начиная с 2017 года деньги клиентов систем WeChat Pay и Alipay хранятся на счетах Народного банка Китая. НБК сочетает в себе функции контролера и эмитента цифрового юаня.

В 2020 году Народный банк Китая ввел цифровой юань в городах Шэньчжэнь (12 млн. жителей), Чэнду (14 млн.), Сучжоу и специальной экономической зоне Сюньань, а в 2021 году в г. Шанхай (25 млн.). Жителям выдали ваучеры на общую сумму в несколько миллионов юаней, потратить которые можно было в разных онлайн и офлайн-магазинах, и при этом каждый участник эксперимента получал 200 юаней (\$30). Участники создавали специальную учетную запись для транзакций DCEP (согласно своему номеру мобильного телефона) и загрузили приложение-кошелек одного из китайских государственных банков. Расчеты происходили путем сканирования QR-кода, сгенерированного приложением. На странице проверки баланса пользователям показывали портрет Мао Цзэдуна, который представлен на банкноте номиналом 100 юаней. Была произведена выдача государственным служащим субсидий цифровой валютой на транспорт, продукты, книжные магазины и др. Для получения кошелька с цифровыми юанями достаточно подать заявку в один из государственных банков.

В перспективе планируется, что цифровой юань будет использоваться для международных платежей, а в качестве продвижения, цифровой юань будет роздан иностранным спортсменам-участникам зимней Олимпиады 2022 года (г. Пекин). Китайский импорт и экспорт также может использовать цифровой юань. Цифровой юань упрощает расчёты торговых операций между партнёрами инициативы «Один пояс, один путь», которые используют множество разных валют [1].

В 2021 году Китайский народный банк и SWIFT создали совместное предприятие, которое займется исследованием возможности внедрения цифрового юаня в систему проведения трансграничных платежей.

Особенности цифрового юаня: гиперцентрализация, альтернатива наличным деньгам, интегрирование в банковскую систему, новая версия национальной валюты на блокчейне.

Выпуск цифрового юаня - это не просто эмиссия очередной формы

платёжных средств, это переосмысление денег, превращение платежного средства в компьютерный код, который находится в киберпространстве, доступен на мобильном телефоне владельца, прозрачен, надежен и дешевая транзакция. Цифровой юань позволит улучшить экономическое планирование и реализацию денежно-кредитной политики, а также международные расчеты на единой торговой инфраструктуре действующей программы «Один пояс - один путь» [2].

Планы по реализации цифровой валюты озвучивали многие страны, но Китай является общепризнанным лидером по внедрению цифровой валюты. Виртуальная война цифровых валют только начинается, ведь доля юаня обыкновенного в мировых резервах на сегодняшний день составляет только два процента, а доллар США занимает долю в 60%. На Даосском форуме (2021 г.) отмечалось, что аналога китайской цифровой валюты пока нет нигде,

Перспективой дальнейших исследований является разработка методики учета для каждого из установленных субъектов создания и обращения цифровых финансовых активов, в соответствии с предметом и объектами учета.

Перед учеными и бухгалтерами стоят проблемные аспекты признания в бухгалтерском учете цифровых юаней - учетной единицы нового нематериального богатства [3].

Список использованных источников:

1. Сюэфен Ли, Ашмарина Т. И., Павлова И.М. Вектор развития «Цифрового шелкового пути» - Китай-Россия. *Образование и право*. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vektor-razvitiya-tsifrovogo-shelkovogo-puti-kitay-rossiya>
2. Хорожий Л.И., Ашмарина Т.И. Сельское хозяйство и цифровой шёлковый путь. *Экономика сельского хозяйства*. 2020. №3. С. 16-9.
3. Ци Юн Лю Цифровая экономика Китая и проблемы бухгалтерского учета. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали II Міжнар. наук. – практ. конф., присвяченої 100-річчю Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 23 квітня 2020 р.) /за ред. Плаксієнка В.Я., Пилипенко К.А. Полтава: Видавництво ПП «Астрая», 2020. С. 467-470.

УДК 334.722.1

В. Чумак, к.е.н., доцент,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Л. Бражник, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ФІНАНСОВО-АНАЛІТИЧНА РОБОТА НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТА НАПРЯМИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Анотація. У статті висвітлено значення фінансово-аналітичної роботи, досліджено особливості її проведення на малих підприємствах України. Проаналізовано найважливіші напрями удосконалення фінансової роботи на підприємствах малого бізнесу.

Ключові слова: мале підприємство, фінансово-аналітична робота, інформаційне забезпечення, планування, прогнозування, контроль.

В умовах сучасного розвитку і становлення економіки України досить поширена діяльність суб'єктів малого бізнесу, оскільки завдяки їм прискорюється вирішення соціально-економічних проблем, зокрема: прискорення розвитку економіки; забезпечення ринку товарами та послугами; створення конкурентного середовища; поповнення місцевих бюджетів; створення додаткових робочих місць; забезпечення ефективного використання місцевих сировинних ресурсів та інше.

Не зважаючи на підвищену увагу до вивчення діяльності малих підприємств, у вітчизняній літературі досить складно знайти наукові праці, що стосуються значення та особливостей фінансово-аналітичної роботи на малих підприємствах. Отже, актуальність даної теми визначена гострою необхідністю її детального вивчення та донесення до власників і керівників суб'єктів малого підприємництва. Подальшого розвитку потребують дослідження в напрямку проведення фінансово-аналітичної роботи на малих підприємствах та її удосконалення.

Основною ціллю створення та діяльності малих підприємств є задоволення потреб власників, тому головною метою фінансово-аналітичної роботи є

розрахунок можливого прибутку. При цьому акцент робиться на кінцеві показники, такі як доходи, витрати та прибуток. І мало хто з керівників звертає увагу на проміжні результати, через що багато малих підприємств банкрутують, не протримавшись на ринку навіть декілька років.

Фінансово-аналітична робота – це, на нашу думку, фундамент успішного бізнесу. Заснування власної справи неможливе без попереднього планування, яке містить у собі визначення стратегії, пошук джерел фінансування та складання бізнес-планів. З цього починається діяльність майже кожного малого підприємства. Але, як тільки підприємство починає отримувати доходи та покриває понесені витрати, планування, на думку керівництва, стає непотрібним. Існує думка, що проведення фінансово-аналітичної роботи на малих підприємствах – це нераціональне використання робочого часу та зайві витрати. В кінці року кожне підприємство проводить аналіз результатів діяльності, який здійснюється шляхом порівняння планових показників з фактичними. Критичним відхиленням може бути відхилення в розмірі 10 %, але на більшості підприємств малого бізнесу таке відхилення знаходиться на рівні 20-30 %. Якщо виявлено відхилення більше критичного, то приймається рішення про перевірку причин виникнення відхилення фактичних показників від планових [1, с. 20].

На більшості малих підприємств України планування не проводиться взагалі, а аналіз діяльності здійснюється, у кращому випадку, один раз у кінці року. Досить часто після такого несвоєчасного аналізу виявляється, що підприємство є неприбутковим. Для власників – це сумний «сюрприз», який змушує їх задуматися над тим, що при проведенні своєчасного контролю, цього можна було б уникнути.

Однією з основних умов стабільності малих підприємств є чітка організація діяльності, що певним чином втілюється через фінансово-аналітичну роботу. Згідно з пропозицією провідних фахівців, які вивчають аналітичну роботу на підприємствах, виділяється три етапи її проведення: підготовчий, основний, завершальний. На підготовчому етапі фінансово-аналітичної роботи

здійснюється збір необхідної інформації, перевірка її вірогідності, вивчається об'єм виконання попередніх планів, визначаються основні завдання та послідовність дій щодо організації аналітичної роботи. Основний етап повинен включати: систематизацію зібраних матеріалів, їх статистичну обробку; складання планів та прогнозів з визначенням необхідних показників; втілення (виконання) планів; контроль за повнотою їх реалізації та впливом на результати діяльності підприємства. Завершальний етап фінансово-аналітичної роботи передбачає узагальнення результатів проведеної роботи, визначення повноти її проведення та шляхів удосконалення. Найбільш об'ємним та важливим є другий етап фінансово-аналітичної роботи. Як переконує світовий досвід, продуктивна діяльність суб'єктів господарювання не можлива без планування, і особливо малих підприємств, діяльність яких є досить ризиковою.

Вважаємо, що на будь-якому малому підприємстві, незалежно від виду діяльності, повинні бути розроблені фінансовий план та платіжний календар. Для їх складання необхідно: мати інформацію про заплановане придбання необоротних активів чи їх вибуття, норми амортизації та інше; проаналізувати всю наявну у підприємства заборгованість (як дебіторську так і кредиторську), вірогідність і строки її погашення; вивчити діючі та заплановані договори, згідно яких плануються і аналізуються обсяги реалізації продукції (робіт, послуг) та витрати; спрогнозувати, за допомогою даних бухгалтерського обліку, суми податків, які будуть нараховані впродовж кварталів та року.

Фінансовий план являє собою спеціальну таблицю, в якій по горизонталі зазначають джерела фінансування витрат, а по вертикалі – витрати, що плануються. В залежності від первинних даних (наприклад, договорів), за якими визначаються очікувані обороти продукції, товарів, послуг, на малих підприємствах можуть складатися плани на різні періоди. Якщо плануються довгострокові обороти, то підприємствам доцільно складати фінансовий план на календарний рік, а якщо короткострокові – на квартал з деталізацією по місяцях, декадах.

Наступним етапом фінансово-аналітичної діяльності на малому підприємстві є оперативна фінансова робота. На малих підприємствах вона являє собою забезпечення підприємства необхідними оборотними та необоротними активами, проведення своєчасних розрахунків з постачальниками та покупцями, фінансовими установами та державою. На великих підприємствах фінансово-аналітичною роботою займаються фінансові відділи, на малих – така робота покладається, як правило, на головного бухгалтера.

Серед основних переваг, які визначають можливість участі малого бізнесу в інноваційному процесі, можна виділити наступні: сприятливе законодавство щодо заснування та подальшої діяльності, спрощене оподаткування; раціональна організаційна структура; мобільність фінансово-господарської діяльності; чутливість до нових технологій, можливість швидкого втілення значної частини нових ідей та створення нових зразків продукції; вузька спеціалізація наукових розробок [2, с. 331]. Так, у країнах Євросоюзу інноваційна складова досягає 60 %, а інноваційна складова української економіки в малому бізнесі щороку скорочується і складає біля 6 % [3, с. 87].

Найважливішими напрямками удосконалення фінансово-аналітичної роботи на малих підприємствах є наступні: системний і постійний фінансовий аналіз діяльності суб'єктів малого підприємництва; організація оборотних коштів відповідно до існуючих вимог, з метою максимізації фінансових результатів; оптимізація витрат підприємства на основі розподілу їх на змінні і постійні та аналіз взаємодії і взаємозв'язку «витрати-виручка-прибуток»; оптимізація розподілу прибутку і вибір найбільш ефективної дивідендної політики; більш широке впровадження комерційного кредиту з метою оптимізації джерел фінансування і впливу на банківську систему; оптимізація структури майна і джерел його формування з метою недопущення незадовільної структури балансу; розробка і реалізація стратегічної фінансової політики підприємства.

Таким чином, власникам малих підприємств, для ведення успішної та прибуткової діяльності, необхідно чітко планувати свій бізнес, не жаліти часу на

аналіз беззбитковості, своєчасно контролювати наявність та рух грошових коштів, навчитися передбачати критичні ситуації та приймати рішення ще до того як бізнес вийде з під контролю. Отже, процес прийняття оптимальних управлінських рішень неможливий без досконалої організації фінансово-аналітичної роботи на малих підприємствах і лише її системний характер може сприяти успішному веденню бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Борисов А. Н. Организация финансового менеджмента на малых предприятиях. *Финансовый менеджмент*. 2004. № 6. С. 17–22.
2. Чумак В. Д. Сучасний стан та проблеми розвитку малого підприємництва в Україні. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки*. 2011. Вип. 2. С. 328–332.
3. Шехова М. В. Малое предпринимательство и региональное развитие. *Регіональна економіка*. 2011. № 3. С. 86–97.

СЕКЦІЯ 6

МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМИ СЬОГОДЕННЯ

УДК 33.658.8

C. P. Sami, Student Majoring in «International Economic Relations»,
A. L. Flehantova, Associate Professor of International Economics and International
Economic Relations Department, PhD in Economics, Scientific Advisor
Higher Educational Establishment of Ukoopspilka
«Poltava University of Economics and Trade», Poltava

GLOBAL BRANDS AND ITS ROLE IN THE ACTIVITIES OF TNC'S

Summary: The article considers the main approaches to the concept of brand and branding. The role of global brands in the activities of TNCs was analyzed.

Keywords: brand, global brand, TNC, branding, market

Formulation of the problem. Global branding creates a stronger competitive advantage for companies. Once a company is able to successfully compete locally, or even within a nation, it makes sense to expand globally. Global marketing allows customers worldwide to be better-informed and more focused on the products and services a company offers. Global brands are brands that are recognized throughout the world, companies intending to create global brands need to do the following; identify the relative attractiveness of each market for your brand [1].

The objective of the study: to analyze the role of global brands in the activities of TNCs.

Presentation of the main research results. Global brands are products or services that are recognized pretty much worldwide. Companies that use global branding use the same or similar marketing strategy to promote the brand everywhere the brand is offered regardless of the country region. For brands seeking to join the new set of global brands there are five global marketing strategies that companies need to take into account. These involve creating a strong and consistent brand culture borderless marketing internal hubs a new local structure and co-creating with consumers. These are the top 10 most valuable brands in the world: 1. Apple Inc worth 323 billion; 2. Amazon worth 200,7 billion; 3. Microsoft worth 166 billion; 4. Google worth 165,4 billion; 5. Samsung worth 62,3 billion ; 6. Coca-Cola worth 56,9 billion; 7. Toyota worth 51,6 billion; 8. Mercedes Benz worth 49,3 billion ; 9. McDonalds worth 42,8 billion; 10. Disney worth 40,8 billion.

Many companies use global strategy like Nike, Red Bull, Airbnb, and many more. Building a global brand requires more than just a launching a web site that's accessible from almost anywhere in the world. There are strategies to build global brand which are the following: understand customer behavior. Just because customers have certain buying preferences are universal; position yourself; know how your brand translates; think broadly; find good partners. Transnational corporation is an enterprise that is involved with the international production of goods or services, foreign investments or income and asset management in more than one country. It sets up factories in developing countries as land and labor is cheaper there.

A TNC is a firm that controls assets abroad and operates the global market place because they produce GDP and employs about 80 million workers. They have 9 times the amount of business relationship and stick to smaller but powerful firms to conduct global business. The vast majority of transnational corporations mostly execute their international business by exporting their foreign direct investments to different countries worldwide. Especially business by investing abroad TNCs have increased their turnover in recent decades and in this way they have developed into unbeatable and superior multinational economic grants. Transnational corporations are companies that operate in more than one country, Unilever, McDonalds and Apple are examples of TNCs. TNCs tend to have offices and headquarters located in the developed world.

The key characteristics of TNCs are: they seek competitive advantage and maximization of profits by constantly searching for the cheapest and most efficient production location across the world; they have geographical flexibility they can shift resource and any location in the world; a substantial part of their workforce is located in the developing world but often employed indirectly through subsidiaries. TNCs assets are distributed worldwide rather than focused in one or two countries for example 17 of the top 100 TNCs have 90% of their assets in a different country from.

Conclusions. As more and more companies come to view the entire world as their market, brand builders look with envy upon those that appear to have created global brands – brands whose positioning, advertising strategy, personality, look, and feel are

in most respects the same from one country to another. It's easy to understand why. Even though most global brands are not absolutely identical from one country to another—Visa changes its logo in some countries; Heineken means something different in the Netherlands than it does abroad – companies whose brands have become more global reap some clear benefits.

References

1. Light L. Brands Must Counter Disconnection And Distance. Branding Strategy Insider. 2021. URL: <https://www.brandingstrategyinsider.com/brands-must-counter-disconnection-and-distance/#.YF3KVa8zbtQ>
2. Marten Dr., Barker M. Why customer thinks they're the CMO 2. URL: <https://www.marketingweek.com/dr-martens-customer-engagement-digital-lockdown/>
3. Top 10 worlds most valuable brands – 2021. URL: <https://fxssi.com/top-10-most-valuable-brand/>
4. Moran G. Strategies to build a Global Brand Writer and Author. *Specializing in Business and Finance*. URL: <https://www.entrepreneur.com/article/226554> May 7 2013
5. Thompson K. (2017) Global Development, Transnational corporation. URL: <https://revisesociology.com/>

УДК 334

І. Басій, студентка 4-го курсу спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» Національний університет «Львівська Політехніка» (м. Львів, Україна)

СТОРИТЕЛІНГ: РОЗКРИТТЯ ПОНЯТТЯ І ПОРАДИ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ У РІЗНИХ СФЕРАХ БІЗНЕСУ

Анотація: У цій роботі розкрито сутність поняття сторітелінг, приведено актуальні приклади, описано ключові елементи результативного сторітелінгу, який може використовувати бізнес у рекламній кампанії для своїх споживачів, партнерів, інвесторів та інших стейкхолдерів.

Ключові слова: сторітелінг, бізнес, історія, маркетинг, вплив, мовець, слухач.

Сторітелінг – це особливий спосіб висловлювання власної точки зору з того чи іншого явища, події, який має перед собою мету – зацікавити співрозмовника в цій точці зору, втримати його увагу впродовж розмови та проводити розмову таким чином, щоб результат цієї розмови – її провідна думка (аргумент, висновок) співрозмовник склав самостійно, з тез, на які у розмові мовець його наштотує. Тобто кінцева мета сторітелінгу – сформувати у підсвідомості окремого співрозмовника чи певної групи осіб – цільової аудиторії мовця (у ролі якого можуть бути певний бізнес чи викладач чи політик) сприятливу, приємну, чітку думку про мовця чи його справу чи будь-який інший об’єкт, явище чи ситуацію у вигідний для мовця спосіб, але таким чином, щоб цільовий слухач нізащо, ніколи не здогадався, що ця його думка насправді не його, а повністю нав’язана мовцем [1].

Хорошим прикладом сторітелінгу є передвиборчі кампанії колишнього президента США – Дональда Трампа та теперішнього президента України Володимира Зеленського. У обох випадках у передвиборчій кампанії ще кандидатів у президенти були використані відеоролики у соціальних мережах, які транслювали глядачу думку про близькість кандидата у президенти до життя окремо взятої людини з їхнього електорату, емпатію до дій та особистості

виборця. Таким чином у останнього з'являлася довіра до мовця, у даній ситуації – до майбутнього президента. Це призводило до перегляду слухачем своїх політичних переконань та спонукало його змінити їх на користь кандидата у президенти, відео-ролик з яким глядач переглянув. У Дональда Трампа був численний резерв відео-роликів, які він транслював у соціальних мережах, зокрема і Facebook, з цілковито різними варіантами промов, у яких він у різний спосіб звертався до різних груп своєї цільової аудиторії у різних ситуаціях, які були близькі глядачеві. У той же час у опонента Дональда Трампа – Хіларі Клінтон налічувалося набагато менше варіацій відео у резерві для показу у соціальних мережах в рамках її передвиборчої кампанії. Володимир Зеленський використав у своїй передвиборчій кампанії прихований елемент – серіал «Слуга народу», у якому знявся особисто, розповівши історію вигаданого президента України – «вихідця з народу», простого вчителя історії, таким чином ставши ближчим до свого глядача, який і був цільовою аудиторією цього повідомлення – частиною його електорату. У фільмі проявлено емпатію до глядача, виконані його потаємні бажання, які у той час були популярними у суспільстві щодо політики, політиків та політичної системи.

Таким чином сторітелінг може стати потужним інструментом як у політиці, так і у власному бізнесі чи у справі переконання інвесторів у надійності вкладу у бізнес.

Для ефективнішої презентації бізнесу необхідно:

- структурувати інформацію у презентації таким чином, щоб кожен її елемент мав певну провідну (ключову) думку;
- надати елементам презентації пріоритети у такому порядку, щоб вони виводили слухача один на одного, послідовно усі вони повинні приводити до думки, яку слухач має сформулювати самостійно;
- надати інформації простоти та легкості у візуальному сприйнятті [1];
- застосувати емоційні елементи [1];

- фінансову інформацію у числах, яка сприймається важко варто подавати графічно чи у зображеннях у зручному для візуального сприйняття форматі;
- для оформлення інформації доцільно обирати приємні кольори та шрифти;
- оформлення повинно транслювати системність думки (як єдиного цілого – провідної думки, що складається з елементів – аргументів, що наштовхують на певні думки);
- якщо демонструється відео, голос диктора повинен бути приємним, ненав'язливим, впевненим, природнім і попередньо підготовленим;
- анімація повинна бути доречною і тактовно підкреслювати ті чи інші аргументи;
- варто використовувати аргументи, які наштовхують слухача подивитися на предмет розмови з критичної точки зору. Негативний штрих може підсилити довіру слухача до мовця та наштовхнути на сприйняття думки як своєї. Проте із цим елементом потрібно поводитися обережно та розсудливо [1];
- відео повинно транслювати емоції для того, щоб воно було цікавим і близьким глядачу [1].

Із вище зазначеного можна зробити висновок: сторітелінг – це потужний інструмент для висловлення власної точки зору та маркетингових кампаній у бізнесі, політиці та інших сферах. Для інвесторів сторітелінг часто виступає ключем до успіху в укладанні важливого контракту. Його варто використовувати у практиці маркетингових кампаній різних галузей бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг і реклама. Первый в Украине маркетинговий журнал №112-12 (№218-219) Ноябрь-декабрь 2014, 66 с.

*Науковий керівник: Н. Басій, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
Львівського торговельно-економічного університету*

УДК 339.138

Т.М. Борисова, д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу,
Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль, Україна)

АКТУАЛЬНІ ТРЕНДИ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Анотація: Визначено особливості маркетингу на вітчизняному ринку банківських послуг. Проаналізовано актуальні тренди маркетингової діяльності банків, серед яких автоматизація маркетингу, цифрова лідогенерація, брендинг, робота з лідерами думок, аналіз та вимірювання даних.

Ключові слова: маркетинг, банківські послуги, продукт, споживач, ринок.

Банківська сфера України зіткнулася з викликами, найвагоміші з яких пов'язані із зменшенням ділової активності через COVID-19 та посиленням конкурентних відносин, і все це вимагає якісних змін в управлінні.

Проблемі посилення конкурентоспроможності комерційних банків на засадах маркетингу присвятили праці такі зарубіжні вчені, як Друкер П., Фрайдбургер В., Роцтолл К., Брун М. та інші. Стосовно вітчизняних наукових досліджень із проблематики банківського маркетингу, то найбільше відображення вони знайшли у працях Ткачука В., Гаврилко П., Янковської Л. та інших. Слід зауважити, що ця сфера досліджень через міждисциплінарний характер і поліметодологічність характеризується на сьогодні наявністю як численних напрацювань, так і численних розбіжностей у висновках учених.

Витрати на маркетинг, брендинг та репутацію завжди були суттєвими для банківських маркетологів і очевидно, що у 2021 році цю традицію збережуть. Проте чи варто це робити зважаючи на зміну поведінкових схем у 2020 році? На відміну від фінансової кризи, банківська галузь під час пандемії багато в чому проголошувалася як лідер і навіть рятівник, оскільки вона швидко запропонувала допомогу та позики, щоб допомогти споживачам та малому бізнесу, коли їхні доходи зменшувались. Тоді банки взяли на себе провідну роль в адмініструванні. Програми захисту заробітної плати буквально «тримали на плаву» мільйони

малих підприємств під час весняного припинення діяльності, що покращило репутацію банківської сфери загалом у 2020 р. і створило хороші передумови, щоб збільшити лояльність їхніх клієнтів у 2021 р.

На основі аналізу праць і досліджень [1-4] та опираючись на аналіз факторів навколишнього середовища, варто виокремити чотири важливі тенденції для банківського маркетингу в 2021 році: маркетинг як новий двигун зростання; посилення ролі брендингу; зміцнення регуляторів. Виходячи з цього, перспективними вважаємо такі сфери маркетингового інвестування у сфері банківських послуг у 2021 рік:

1. Цифрова лідогенерація. Лід – це особа, яка залишила про себе контактні дані. Банківські установи розвинутих країн світу розробляють програми з генерації лідів для конкретних продуктів та напрямків бізнесу і це створює прогнозований та економічно вигідний потік нових клієнтів. Проте традиційні ЗМІ є набагато дорожчими з розрахунку на одного ліда і менш оперативними порівняно із цифровими медіа. Саме тому вітчизняним банківським установам варто зосередити свої маркетингові зусилля саме на інструментах цифрової лідогенерації. Маркетингові витрати у цьому аспекті повинні корелювати із стратегічними та бізнес-цілями та напрямками її діяльності. Так, для прикладу, якщо проблемним продуктом є депозити, то варто зосередити маркетингові програми на отриманні позик та комісій;

2. Автоматизація маркетингу. Хоча багато банківських установ мають платформу для автоматизації маркетингу (CRM), більшість них нею не користуються на повну, часто вона не є інтегрованою. Тому з метою оптимізації процесів маркетингового планування та виконання програм для залучення нових клієнтів із digital, перехресних продажів та інкорпорацій варто збільшити рівень автоматизації маркетингових процесів;

3. Брендинг. Зважаючи на чутливість банківської сфери до таких категорій, як репутація, лояльність, довіра, витрати на брендинг завжди складають обґрунтовано значну частку у загальному маркетинговому бюджеті банківських

установ. Така ситуація залишиться і надалі;

4. Робота з лідерами думок та контент-маркетинг. Блогери та інші лідери думок є ефективним інструментом створенням бренду та генерації потенційних клієнтів банківських послуг;

5. Аналіз та вимірювання даних. Отримання даних для ефективного таргетування, а також аналіз результатів маркетингових кампаній з метою вимірювання їх ефективності є проблемою багатьох банківських маркетологів. Тому у 2021 р. варто інвестувати у внутрішні або зовнішні ресурси, які можуть надати потрібні дані, щоб постійно вдосконалювати таргетинг рекламних кампаній.

Отже, актуальними трендами маркетингової діяльності банків є автоматизація маркетингу, цифрова лідогенерація, брендинг, робота з лідерами думок, аналіз та вимірювання даних.

Список використаних джерел:

1. Gibson M. Four Marketing Trends to Prepare for in 2021. *Retail and Marketing*. 15.12.2020. URL:<https://bankingjournal.aba.com/2020/12/four-marketing-trends-to-prepare-for-in-2021/> (дата звернення: 26.02.2021)
2. Борисова Т.М. Маркетинг некомерційних організацій у розрізі сфер діяльності: теорія і практика: Монографія. Тернопіль: Астон, 2015. 283 с.
3. Searles A. 7 Bank Marketing Trends for 2021. URL: <https://everfi.com/blog/financial-education/bank-marketing-trends/> (дата звернення: 26.02.2021)
4. Marketing Trends for Banking Industry in 2020. *Vietnam Insider*. 14.01.2020. URL: <https://medium.com/@vietnaminsider/marketing-trends-for-banking-industry-in-2020-be21dc919bfb> (дата звернення: 26.02.2021)

УДК 339.138

О. Борисяк, к.е.н.,
старша викладачка кафедри маркетингу,
О. Кипка, магістрантка,
Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль, Україна)

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто аспекти використання інтегрованих комунікативних технологій. Обґрунтовано розвиток маркетингу підприємства у соціальних мережах. Виокремлено перехід до використання соціальних мереж як середовища для комунікації, просування товарів, формування партнерських відносин.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, омноканальність, інтегровані комунікативні технології, таргетинг.

Розвиток цифрових технологій і доступність до мережі Інтернет зумовив трансформацію підходів до організації підприємницької діяльності. Для утвердження конкурентних позицій на ринку необхідно систематично здійснювати пошук інноваційних маркетингових інструментів. Інтернет дозволяє оперативно отримати необхідну інформацію про продукт чи послугу. З огляду на це, традиційний маркетинг трансформується в інтернет-маркетинг.

Змін зазнає і маркетингова комунікативна політика підприємства шляхом переходу до використання інтегрованих комунікативних технологій: месенджери (Messenge, Viber, Telegram та ін.), електронна пошта, сайти, соціальні мережі (Інстаграм, Фейсбук, Ютуб, Твіттер, КлубХаус та ін.). Зокрема, серед комунікативних інструментів e-mail-маркетингу виокремлюють використання геотаргетингу (відповідно до місця перебування потенційного клієнта), гіперперсоналізації (застосування персоніфікованого підходу до розсилки листів), AMP-технології (створення інтерактивних листів з орієнтацією на клієнтів, які використовують мобільну техніку), аналітика ефективності розсилки електронних листів (кількість переглядів, переходів на гіперпосилання, відповідей, підписників, частоти розсилок) та ін.

Соціальний медіа маркетинг – особливий інструмент інтернет-маркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренда за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів [1, с. 87]. У цьому контексті, соціальні мережі сьогодні розглядаються уже не тільки як віртуальне середовище для неформального спілкування, а як віртуальне бізнес-середовище для просування, нетворкінгу, комунікації, невід’ємна частина традиційного ринку.

Обґрунтуванням цьому є можливість створення бізнес-сторінок, поширення інформації про діяльність (публікація постів, розповідей), роботи у рекламних кабінетах, сегментації цільової аудиторії (таргетинг), формування бази потенційних клієнтів (лідогенерація), здійснення комунікації з клієнтами через месенджери та ін. Окрім цього, такі мережі дозволяють оперативно поширювати та отримувати необхідну інформацію (вірусний маркетинг). Наприклад, соціальні мережі є комунікативним інструментом, який дозволяє згенерувати аудиторію, забезпечити підписку на розсилку тематичних листів.

Використання соціальних мереж як середовища для комунікації та утвердження позиціонування товару зумовлює зміну підходу до використання каналів обміну інформацією працівників підприємства як між собою, так і з клієнтами на засадах діджиталізації управління персоналом. Серед діджитал викликів у системі управління персоналом підприємств є створення віртуальних відділів з управління персоналом, рекрутерів-ботів, релокація персоналу, дистанційна зайнятість, коворкінг, кібербезпека [2, с. 77]. Цифрові комунікативні технології дозволяють створити інклюзивне середовище в результаті переходу до проєктної діяльності та дистанційної зайнятості.

Як наслідок, актуальним питанням є оптимізація зовнішніх і внутрішніх каналів комунікації підприємства на засадах мноканальності. У цьому контексті, цінним є використання CRM-систем, які окрім комунікативної функції є ефективним джерелом для обліково-аналітичної діяльності. Натомість, маркетинг у соціальних мережах є частиною комплексу цифрового маркетингу,

тому його планування здійснюється з урахуванням особливостей просування сайту, потреб аудиторії і способів продажу продукту [3, с. 24]. Впровадження віртуальної системи маркетингової комунікації на підприємстві потребує проведення аналізу рівня діджиталізації процесів управління підприємством [4, с. 15].

Таким чином, враховуючи рівень доступності і простоту налаштування, соціальні мережі сьогодні розглядаються як віртуальне середовище для комунікації, налагодження нетворкінгу (партнерства), розвитку електронного бізнесу. Зокрема, соціальні мережі є ефективним інструментом для визначення цільової аудиторії, сегментування віртуального ринку, формування трафіку, збору лідів і підвищення конвертації аудиторії із сайтом.

Список використаних джерел:

1. Грищенко О. Ф., Нешева А. Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 86-98. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_86_98.pdf
2. Борисяк О. В. Діджиталізація у системі управління персоналом підприємств. *Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті : національна візія та виклики глобалізації* : зб. тез доп. П'ятнадцятої Ювілейної Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених (м. Тернопіль, 29-30 березня 2018 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2018. С. 76-78.
3. Савицька Н. Л. Маркетинг у соціальних мережах : стратегії та інструменти на ринку B2C. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. Т. 1. № 1. С. 20-33. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/5>.
4. Борисяк О. В., Щербина Ю. М. Трансформація маркетингових комунікацій підприємства в умовах діджиталізації бізнес-процесів *Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту : актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення* : II Всеукр. наук.-практ. конф. студ., аспірантів та молодих вчених з міжнар. участю (м. Тернопіль, 24-25 жовтня 2019 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С. 14-15.

УДК 657

Вальчук Вікторія Олександрівна
студентка групи ПТБДм-11
Західноукраїнський національний університет

ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ У КОНТЕКСТІ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Анотація: Висвітлено базові засади організації маркетингу сьогодення. Розглянуто проблеми, пов'язані з маркетинговою діяльністю підприємств в умовах пандемії COVID-19. Визначено потенційні напрями активізації маркетингу та реалізації маркетингових інновацій в сучасних умовах.

Ключові слова: маркетинг, пандемія, маркетингова діяльність підприємств, функції маркетингу, дослідження ринку, кадрове забезпечення маркетингової діяльності, інтернет-продажі, інновації.

Маркетинг у наш час розглядається як філософія, яка вимагає зосередженості на потребах груп потенційних споживачів продукції. Пандемія COVID-19 стала сьогодні основним випробуванням для існуючих бізнес-моделей та зумовила необхідність переосмислення актуальних шляхів досягнення успіху, гнучкості мислення та прийняття рішень. Підприємства усвідомлюють свою пряму залежність від суспільства і його потреб у системі взаємовідносин між виробниками та споживачами, що набуває особливої ваги в умовах пандемії. Новітня платформа реалізації засад ринкової економіки вимагає від суб'єктів господарювання інноваційного підходу до ведення бізнесу, забезпечення досконалих інструментів комерційної та виробничої діяльності, а також реалізації їх на якісному новому рівні.

Проблемами формування стратегічного маркетингу займалися такі вчені, як С. Амонс, О. Красняк, Г. Азоев, Л. Балабанова, П. Брецькова, М. Карас, А. Войчак, І. Кулиняк, Л. Курбацька, Н. Куденко, І. Соловйов, З. Шершньов, М. Портер, Ф. Котлер, Ю. Ратушна, Н. Чухрай, А. Павленко, І. Решетнікова та інші.

Функціональне призначення маркетингу полягає у вивченні привабливості ринку та оцінці можливостей реалізації потенціалу підприємства як з позицій внутрішніх можливостей підприємства, так і зовнішніх потреб споживачів та чинників зовнішнього середовища.

Говорячи про зовнішнє середовище, неможливо оминати проблемних питань зумовлених неординарною ситуацією, що склалася в Україні та світі через пандемію COVID-19. Ситуація залишається неоднозначною і продовжує розвиватися частіше не на користь підприємств, які все більше стикаються із жорсткими викликами сьогодення, зазнаючи значних додаткових витрат, зниження прибутків, а то й збитків і банкрутства. Карантин зумовив зміну у споживчих настроях, пригальмував окремі галузі, такі як роздрібна торгівля, транспортні перевезення, сфера послуг та ін. Ціни на продукцію і послуги зросли, а реальні доходи споживачів скоротилися. Внаслідок запровадження карантину багато вітчизняних підприємств заморозили реалізацію інвестиційних проектів і виробничих ланцюгів [3]. Усе це вплинуло на маркетингову діяльність підприємств.

Так, переформовуючи маркетингові функції та адаптуючи їх до умов пандемії вітчизняні підприємства намагаються стимулювати збут та вивчати потреби споживачів. Як зазначає Ратушна Ю. Л., «маркетинг стає доступним інструментом підвищення продажів та здобуття нових ринків. Нові технології безпосередньо впливають на маркетингову політику підприємства, менеджмент, стиль управління, бюджет, стратегію підприємства» [5, с. 113]. Проте, часто значна кількість досліджень ринку, які здійснюють українські підприємства, полягає в зборі інформації, у кращому випадку здійснюється функціональний моніторинг. Лише незначна кількість підприємств і організацій спроможні застосовувати маркетингові дослідження, що створюють підґрунтя для операційного планування власної діяльності з врахуванням жорстких карантинних умов [2].

У наш час надзвичайно актуальною залишається проблема кадрового забезпечення маркетингової діяльності. У зв'язку з пандемією частина працівників-маркетологів переводяться на віддалену роботу. При цьому багато підприємств і організацій віддають свою перевагу працівникам, які уже мали досвід роботи на певному сегменті ринку, в тому числі тим, у кого навіть немає

належної освіти. Внаслідок таких обставин доводиться займатися підвищенням кваліфікації працівників та оплачувати дорогі тренінги у тому числі в онлайн-форматі.

Можна констатувати той факт, що 2020-2021 роки у зв'язку з пандемією COVID-19 суттєво відкоригували стратегічне бачення керівництва підприємств напрямків та форм діяльності як у період карантину, так і в перспективі на посткарантинний період. Слід зауважити, що однією з негативних тенденцій у маркетинговій діяльності українських підприємств є реалізація ними лише короткострокового планування своєї діяльності. Керівництву підприємств необхідно розробляти довгострокові стратегії, які б дозволили швидко реагувати на мінливі ринкові умови у перспективі.

Важливими проблемами вітчизняного маркетингу сьогодні є зростаюча перенасиченість інформаційного поля, через що досить складно достукатися до цільової аудиторії, нестабільність валютних курсів, що ускладнює бюджетування маркетингової діяльності, та зміни алгоритмів. Наприклад, YouTube впровадив нові правила щодо дитячого контенту, тому дитячі канали шукають ефективні інструменти просування, адже значна частина старих уже не працює.

З настанням пандемії основним способом зв'язку зі споживачами стали цифрові технології. Переважна більшість вітчизняних підприємств вдається до заходів з інтернет-продажів своєї продукції безпосереднім споживачам з доставкою додому. Таким чином, наприклад, сьогодні працює кондитерська компанія «Roshen» та практично усі великі українські книговидавництва. Ці підприємства, окрім іншого, також активно використовують системи знижок при замовленні продукції на певні суми.

Разом з тим, як засвідчують дослідження, попри такі маркетингові дії для формування лояльності сьогодні уже недостатньо цифрових технологій – споживачі хочуть більше «живого» досвіду навіть в режимі онлайн.

Інформаційні технології створили нові можливості для того, щоб вивчати

запити споживачів та відстежувати зміни їх смаків і уподобань, розробляти нові продукти і послуги, які б повніше враховували наявні потреби ринку [1, с. 90]. Електронно-цифрові технології надзвичайно швидко увірвалися у життя пересічного споживача стираючи часові та географічні кордони. Це призвело до виникнення багатьох нових проблем. Чималі обсяги інформації, якими потрібно оперувати підприємствам та споживачам, в свою чергу спричиняють інформаційні перевантаження. Споживачу необхідно кожного дня ознайомлюватися із великими обсягами інформації, що чинить навантаження на його психічну та нервову систему і, як наслідок, не сприяє раціональному і обґрунтованому вибору товарів чи послуг.

В процесі впровадження інноваційного підходу в маркетингову діяльність в умовах пандемії вітчизняні підприємства зіштовхується з такими проблемами:

- значною конкуренцією на ринку;
- високим рівнем невизначеності;
- малою кількістю знань та досвіду в реалізації інновацій;
- необхідністю формування новітніх цінностей бренду, що вимагає значних маркетингових витрат;
- дефіцитом інтересу великих підприємств до ідей інновацій;
- дефіцитом підтримки інноваційних компаній;
- потребою розвивати фахові компетентності персоналу.

За сьогоденних обставин найголовнішими питаннями для українських підприємств є необхідність активізації маркетингу та перехід до інновацій, що в свою чергу забезпечує економічне зростання та є необхідною умовою входження у світовий економічний простір [4, с. 190].

Отже, для того щоб маркетингова діяльність у сучасних умовах була успішною необхідно навчитися приносити користь своїй потенційній аудиторії, виділятися на ринку та інтегруватися з іншими учасниками ринкової інфраструктури. Маркетингове середовище стає певною межею на перетині різних сфер та напрямків бізнесу, соціальних процесів та повсякденного життя.

Це дає чудову можливість для відкриття новітніх інструментів розвитку сучасного бізнесу, а ситуація з COVID-19 лише прискорює ці процеси.

Список використаних джерел:

1. Breckova P., Karas M. Online technology and promotion tools in SMEs. *Innovative marketing*. 2020. Vol. 16, Issue 3. P. 85-97.
2. Амонс С.Е., Красняк О. П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: 10.32702/2307-2105-2020.5.106.
3. Кулиняк І. Я., Базарко С. В. Оцінювання та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Серія “Економіка”. Мукачево : Вид-во МДУ, 2017. Вип. 2(8). С. 94–100.
4. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 187-190. URL: 10.32702/2306-6806.2020.4.187.
5. Ратушна Ю. Л. Управління маркетингом в діяльності підприємства малого та середнього бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 15-16. С. 111-115. URL: 10.32702/2306-6814.2020.15-16.111.

Науковий керівник: Сняк Г. І., к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ

УДК 659.182/.187

Л. Ганас, к.е.н.,
доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Я. Радченко, студентка групи МЕ-37
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Анотація. Розглянуто актуальність здійснення реклами в мережі Інтернет, визначено негативні наслідки окремих видів реклами, проведено дослідження щодо зростання кількості користувачів Інтернет, які є потенційною аудиторією для Інтернет-реклами, визначено основні онлайн платформи для розміщення реклами.

Ключові слова: реклама, соціальні мережі, Інтернет, таргетинг.

XXI століття – період інноваційного прогресу. Інновації стрімко вриваються у всі напрямки економіки, управління, маркетингу тощо. Це час, коли динамічність низки процесів стрімко зростає. До прикладу, сьогодні маркетинг набирає великих обертів і застосовується всюди. Інколи застосування маркетингових технологій носить агресивний характер. В таких ситуаціях реклама, як інструмент просування товару може давати негативні наслідки. Актуальність застосування різних видів реклами потребує постійного моніторингу та швидкої реакції на негативну тенденцію.

Сьогодні питання, чи не виснажує надмірна кількість реклами пересічного громадянина, має стояти перед кожним маркетологом при розробці інструментів просування товару. Деякі види реклами є пасивними та несуть ознайомлювальний ефект, інші види реклами лише нагадують про товар та формують певні асоціації, проте деякі види реклами є нав'язливими і це може нести зворотній ефект і формувати негативні асоціації та відразу до товару.

За останні роки все актуальнішою стає реклама в Інтернеті. Адже кількість користувачів мережі Інтернет щорічно збільшується. На рис. 1 сформовано динаміку користувачів Інтернет у %-му співвідношенні до загальної кількості населення України та прогнозовано такий показник на початок 2021 р.

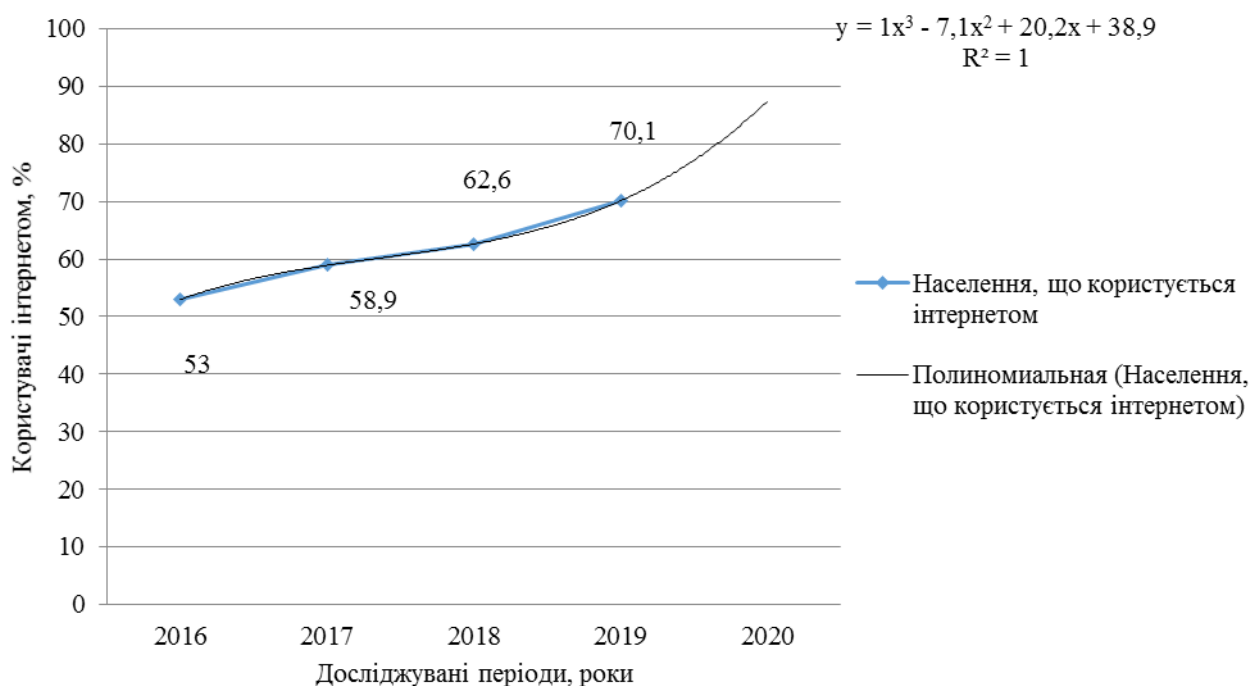


Рис. 1. Динаміка відсотків користувачів мережі Інтернет за 2016-2019 рр. та моделювання цього показника за 2020 р.

Примітка: побудовано авторами на основі аналізу даних з джерела [1]

За 2020 р. цей показник зріс приблизно до 88%. Найбільш популярні рекламні агенції знають про нас велику кількість інформації. Щодня ми залишаємо слід в Інтернеті: пошукові запити, сайти, які відвідували, відео, які дивилися, а ще – лайки в соціальних мережах, коментарі, репости, перегляди груп і так далі. Це все формує наш цифровий відбиток, який згодом потрапляє в базу даних для налаштування реклами. Користуючись інформацією з цієї бази, рекламні системи можуть показувати ту рекламу, яка націлена на певну аудиторію за інтересами, поведінкою, статтю, віком, географією – це називається таргетинг [2].

Відвідуючи сайти, переглядаючи відео в YouTube постійно з'являється настирна реклама, яку іноді навіть неможливо закрити чи пропустити. Незважаючи на те, що вона має багато переваг (корисність, легкість переходу за рекламою), все ж інколи її буває забагато. Та найбільший недолік маркетингу – реклама, яка зовсім не цікавить споживачів і не дає бажаного ефекту при просуванні товару на ринку.

Розроблення реклами має проводитись на конкретну цільову аудиторію з використанням нових трендів, не порушуючи Закону України «Про рекламу». Також реклама повинна бути точною, логічною, не завдавати шкоди споживачеві реклами. Реклама згідно Закону України «Про рекламу» може розміщуватися на телебаченні і радіо, у друкованих засобах масової інформації, на транспорті, під час демонстрування кіно- та відеофільмів, на зовнішніх об'єктах (білбордах, будинках, спорудах та інших рекламних щитах, з використанням електрозв'язку, в тому числі телефонного, в мережі Інтернет.

Досліджуючи платформи розміщення реклами в мережі Інтернет, найбільш розповсюдженими в Україні є соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, LinkedIn), платформи (Google +, YouTube, Pinterest) та ін.

У 2017 році проведено дослідження, у якому визначено, що ефективність використання платформ з метою впливу на кінцевого споживача можна оцінити у такому %-му співвідношенні (рис. 2).

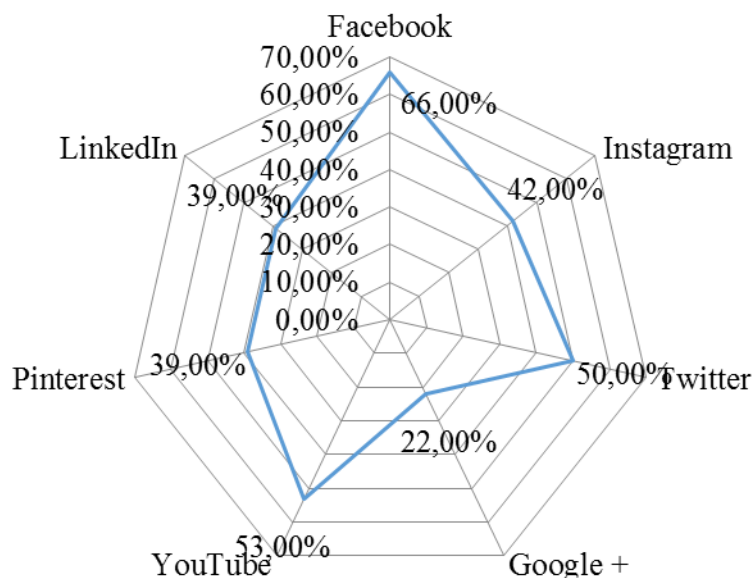


Рис. 2. Ефективність використання платформ для розміщення реклами в мережі Інтернет

Примітка: побудовано авторами на основі аналізу даних з джерела [3]

Станом на сьогодні динаміка використання Інтернет-мереж зростає в контексті розміщення реклами. У 2020 році зросла кількість платформ, на яких розміщується реклама. Ефективність їх використання поки що мало досліджена.

Українські маркетологи переймають досвід іноземних колег та інтенсивніше застосовують нові платформи, такі як TikTok, Snapchat, ClubHouse.

Список використаних джерел:

1. Демографічна та соціальна статистика/Доходи та умови життя / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 09.04.2021)
2. Чому нас переслідує реклама в Інтернеті? URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/how/265179-chomu-nas-pereslidue-reklama-v-interneti> (дата звернення 09.04.2021)
3. Статистика реклами в соціальних мережах. URL: <https://sk-arsenal.ru/statistika-reklamy-v-socialnyh-setyah-statistika-reklamy.html> (дата звернення 09.04.2021)
4. Про рекламу: Закон України від 3 лип. 1996 р. № 271/96-ВР./ Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>

УДК 339.138

Дядюра А. В., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ВІСІМ ПОКАЗНИКІВ МАРКЕТИНГОВОЇ КРИЗИ

Анотація: Сьогодні маркетинг відіграє найважливішу роль в економіці розвинених країн і формує стратегію компаній. Хоча останнім виник новий термін «маркетингова криза», що означає сукупність проблем, які виникають у маркетинговому середовищі. Водночас виникає й інший термін «персоніфікація», що визначає взаємовідносини між учасниками ринку та допомагає висвітлити проблеми.

Ключові слова: маркетингова криза, реалізація товару, попит і потреби, вдала реклама, тенденції моди.

Наразі виділяють вісім основних проблем, що можуть сформувати маркетингову кризу. Тож, роздивимося їх ближче.

Перша й основна проблема маркетингу виявляється в реалізації або збуті продукції будь-яким шляхом. Це обґрунтовується орієнтуванням ринкової економіки на отримання саме прибутку, а не забезпечення потреб споживачів. Таким чином, маркетингологи гарантують задоволення інтересів підприємців, а не клієнтів. Тож, така економіка загалом не слугуватиме народу, оскільки її головна ціль - підвищення попиту на продукцію шляхом використання реклами так, щоб отримати максимальний прибуток. Так, маркетинг постає основною ланкою комерційної діяльності, що виступає посередником між виробництвом та споживанням [1].

Маркетинг тісно пов'язаний з менеджментом, проте на відмінну від менеджменту, що виконує функції організаційного керування, маркетинг здійснює особливе керування - керування споживачем та продавцем. Тобто маркетинг вирішує сукупність певних проблем таких як аналіз ринку попиту та пропозиції, аналіз конкурентів, сегментування населення, позиціонування товару, дослідження добувної та обробної промисловості, інфляції, дослідження товарів-аналогів, можливостей реклами, сучасні тренди, а також економічну

спроможність певної країни. Таким чином, досвідчений маркетолог зможе легко збути свій товар будь-якої якості, будь-кому споживачеві та у будь-який спосіб [1;3].

Друга проблема полягає у трансформуванні продукції у споживчий товар. Як вже і зазначалось, маркетинг фокусується саме на збуті свого товару, проте для того, щоб його продати будь-кому і будь-якої якості, від маркетолога вимагається вивчити принципи людських вимог. Саме на таких параметрах і базується виробництво в соціально-орієнтованій економіці, що фокусується на реальні масові потреби [2].

Третя проблема- це суміщення зазвичай ототожнюваних термінів: попиту і потреб. Проте є певні відмінності в їхньому розумінні: потреба- це внутрішнє відчуття якоїсь нестачі; попит- це матеріально підтверджена потреба. Між ними існують чотири види відносин:

- нормальне становище: при якому є і потреба, і попит;
- нормальне становище: при якому немає ні потреби, ні попиту;
- недорозвинена потреба: коли існує сама потреба але немає попиту;
- споживання високоякісної продукції: за умови існування попиту але відсутності потреби;

Особливу увагу слід звернути на два останніх типи. Третій варіант передбачає застосування будь-яких існуючих шляхів розповсюдження інформації про товар для того, щоб вдовольнити цілком дійсну, але ще не усвідомлену потребу. В разі існування ситуації четвертого виду у всій потужності починає діяти реклама та сучасні тренди, головна мета яких нав'язати непотрібний товар та примусити споживача його купити [2].

Четверта проблема полягає у виділенні факторів, що визначають попит. Оскільки попит існує завжди і будь-де, важливо визначити деякі фактори, що виявляють саме платоспроможний попит, а саме:

- рівень платоспроможності населення;
- екстремальні ситуації;

- фінансові можливості конкретного споживача;
- соціально-побутові потреби;
- престиж товару;
- вдала реклама;
- сервісні перспективи;
- збільшення напрямів діяльності населення;
- медико-екологічне профілактика.

Таким чином, такі фактори можна згуртувати за окремими групами:

- фактори, що є предметом економічної політики країни та її місцевих органів;
- фактори, що можуть зазнавати змін;
- фактори, що є незмінними.

Роздивимось фактори, якими можна маніпулювати для того, щоб підвищити попит.

- рівень платоспроможності населення. Воно полягає у керуванні ціноутворення, індексації цін і тарифів, підвищення премій, зменшення комунальних та побутових сплат, субсидійна допомога для незайнятого населення, а також соціальний захист;

- екстремальні ситуації. Такий фактор означає фінансування галуззі освіти, надійну систему екологічної безпеки, стабільність медичного обслуговування, організацію міського сервісу та ремонту;

- збільшення напрямків діяльності населення. Це створення нових робочих місць, підвищення кваліфікації, перепідготовка кадрів, підготовка фахівців, додаткові послуги населенню;

- профілактичні заходи медично-екологічного характеру. Такий фактор означає контроль за імпортом товарів, їх сертифікації, відповідальність за санкції на недобросовісну продукцію, що може зашкодити споживачам;

- сервісні перспективи. Такий фактор передбачає розвиток сукупності сервісних центрів другого рівня, що включають в себе такі вектори:

реставраційні операції, ремонт та налаштування обладнання, заходи з реконструкції та компонування виробів. Крім того сюди відноситься й система самообслуговування та виїздний сервіс;

- вдала реклама. Сюди входить ефективна система реклами та зворотній зв'язок із споживачами, а також навчання кадрів за напрямком « Реклама та маркетинг » [2].

Перейдемо до п'ятої проблеми - залежність попиту від змін тенденцій у моді. Мода підкоряється чийсь вподобанням, тому завдяки громадській думці та масовому виробництву вона здатна затвердити чийсь смак та стиль. Це тимчасове явище, що мотивується фінансовими та комерційними інтересами та триває в середньому від трьох до шести місяців, після чого тенденції змінюються, а ціни на будь-що зростають: на автівки, нерухомість, одяг та інше. Тож , можна сказати, що мода та маркетинг мають на меті одне й те ж саме - витягнути гроші з гаманця людини [2].

Шоста проблема криється у самій рекламі, що є головним важелем маркетингу, оскільки 70% ціни товару зазвичай становить реклама. Матеріальна сутність реклами відома всім, проте під її вплив потрапляє велика кількість людей, що купує цілком непотрібні, а інколи й екологічно шкідливі речі [2].

Сьома проблема-дизайн продукції. Дизайн – це творча діяльність, що направлена на створення красивого, зручного, екологічно чистого та функціонального товару. В даній ситуації відбувається рух від споживача до виробника. Споживач має деякі вимоги, які виробник повинен виконати: красива, зручна, екологічно чиста, функціональна, дешева та надійна продукція.

Восьма проблема – проблеми експортно-імпортних операцій. Оскільки часто маркетинг стикається із зовнішньоекономічною діяльністю компаній або країн. Таким чином, стосовно експорту виникають проблеми за чотирма позиціями:

- Що продавати?;
- Кому продавати?;

- Коли продавати?;
- За скільки продавати?

Така ж ситуація виникає і стосовно імпорту:

- Що купувати?;
- У кого купувати?;
- Коли купувати?;
- За скільки купувати?

Таким чином, можна зробити висновки про те, що маркетинг може стати філософією для будь-якого бізнесу. Проте для цього треба чітко вміти визначати вище окресленні проблеми маркетингу. Оскільки їх вирішення може принести успіх компанії та вивести її на новий рівень, створити нові ринкові взаємовідносини та вдалу комунікацію між виробником та споживачем.

Список використаних джерел:

1. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. К.: ІВЦ “Видавництво «Політехніка»”, 2004.
2. Симоненко Н.Н., Симоненко В.Н. Современные проблемы маркетинга. *Успехи современного естествознания*. 2014. № 3. С. 191-193 URL: <http://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=33294> (дата обращения: 06.04.2021);
3. Бергибаев Е.М. Маркетинг Международные отношения СНГ. Кризис современного маркетинга. *Журнал: ИЗВЕСТИЯ КазУМОиМЯ имени Абылай хана*. 2017.

Науковий керівник: Сардак С.Е., д.е.н., доцент, професор кафедри міжнародних економічних відносин, регіональних студій та туризму

УДК 339.138 (075.8)

С.Ю. Диченко, студентка,
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

МАРКЕТИНГ: ІСТОРІЯ ТА ПРОБЛЕМИ СЬОГОДЕННЯ

Анотація: Досліджено сутність та основні тенденції сучасного маркетингу, розкрито проблеми маркетингу, досліджено нові підходи, а також розглянуто перспективи маркетингу.

Ключові слова: маркетинг, споживачі, маркетингові дослідження, попит, ринок.

Сьогодні маркетинг відіграє ключову роль у розвинутій ринковій економіці і на основі проведених маркетингових досліджень фактично визначає стратегію фірми. Проте останнім часом на поверхню почали виникати багато проблем пов'язаних безпосередньо зі сферою маркетингу.

Останні роки показали, що маркетинг фактично став однією з основних філософій ведення будь-якого бізнесу, бо саме він сприяє активному розвитку підприємства, його адаптації до ринкового середовища та поліпшенню рівня конкурентоспроможності.

На початку ХХ ст. американськими вченими почали формуватися основні інструменти маркетингу (дослідження ринку, аналіз цін, організація сервісної політики та ін.) і маркетингові дослідження ринку стали використовувати в бізнесі. Після Другої світової війни стали з'являтися нові підходи в управлінні виробництвом. У таких умовах почало підвищуватися значення збутової політики підприємства, а маркетингова концепція — змінюватися. З плином часу під впливом монополій створювався і розвивався маркетинг, які вимагали більш масштабного і глибокого дослідження ринку.

Наразі сучасний маркетинг характеризується як діяльність з виробництва, реалізації і розробки товарів на основі сукупного вивчення кон'юнктури ринку і конкретних вимог покупців з метою отримання прибутку. На сучасному етапі маркетинг запускає виробництво товарів в залежності від потреб та запитів споживачів. Головне призначення маркетингу полягає у формуванні та сталому

розвитку процесу обміну, щоб зробити цей обмін взаємовигідним для усіх партнерів, які беруть участь в ньому [1, с. 10].

Як вже було зазначено, ще донедавна маркетинг був орієнтованим на масове споживання, а товари вироблялися однакові для всіх. Але зараз споживач змінився, став більш грамотним і досвідченим. Тепер люди, приходячи в магазин, прагнуть одержати вищу якість за свої гроші. Тому серед основних тенденцій сучасного маркетингу можна виділити наступні: перехід до маркетингу, зосередженому на користі для споживачів; орієнтація на запити і бажання споживачів; основний актив компанії - це її бренд; поступовий перехід до роботи онлайн; пряма робота з клієнтами, а не через посередників.

Наразі існує багато проблем пов'язаних із маркетинговою діяльністю, але ми вважаємо за доречне виділити комплекс проблем, який з'явився відносно недавно і пов'язаний саме з сучасним маркетингом.

Величезна кількість компаній і досі орієнтована на отримання прибутку, а не на задоволення потреб споживачів. Вони створюють величезні маркетингові відділи задля висвітлення переваг їхнього товару, замість того, щоб вдосконалити саме товар.

По суті, підприємці, виробники, топ-менеджери і споживачі фактично не розуміють саме сутність маркетингу. Як правило, з маркетингом люди асоціюють рекламу і збут. Однак, це невірний підхід, тому що саме хибне уявлення про суть маркетингу, тягне за собою низку проблем. Наприклад, багато фірм створюють маркетингові відділи не через необхідність, а тому що це набуло масовості і відводять їм лише невеликий перелік функцій.

Це тягне за собою проблему некваліфікованість кадрів, тому що у таких відділах зазвичай сидять фахівці з традиційними або застарілими уявленнями, які не здатні створювати інноваційні та креативні ідеї. Як правило, цьому відділу відводять другорядну роль і там невеликий штат співробітників, який не спроможний провести якісне маркетингове дослідження. Звідси, впливають такі проблеми як слабе фінансування, відсутність професійних маркетологів,

помилкові висновки керівництва щодо доцільності маркетингу. Більше того маркетингові дослідження повинні проводитися систематично, тобто з певною періодичністю [2].

З кожним роком, споживачі стають все більш вибагливими до надійності та якості товару. Це пов'язано з потужним стрибком розвитку інформаційних комунікацій, посилення конкуренції, збільшення інформованості споживача про товар. В даній ситуації основною проблемою є необхідність знайти підхід до споживача і разом з цим, спростити використання численних ринкових каналів. Через перенасиченість перед маркетингом встає важке завдання, створення і стимулювання попиту.

Завоювання лояльності споживача є одним з найважливіших і одним з найважчих завдань і тепер сучасному маркетингу необхідно використовувати цілий комплекс різних комунікаційних заходів з підтримки відповідного авторитету в очах споживача, а особливо створювати образ бренду, що запам'ятовуватиметься [3].

Сучасний маркетинг повинен орієнтуватися на гнучкість та швидкість щодо планування нововведень, головним орієнтиром яких повинен бути споживач. Завдяки створенню нових продуктів можуть виникнути нові ринки, а на наявних зможуть посунути конкуренцію. Якщо раніше перевагу надавали зменшенню ризику виходу на ринок, то зараз пріоритетом є навпаки прискорення виходу на ринок, бажання стати першовідкривачем, що захопить більшу частину ринка. Адже втрати внаслідок пізнього виходу на ринок можуть значно перевищувати втрати від недостатньої ефективності нових продуктів [4, с. 111].

Такими чином можна зробити висновок, що розуміння проблем маркетингу і їх рішення, допоможе вивести конкуренцію, ринкові взаємини і комунікацію зі споживачем на інший, рівень взаємодії. В решті решт, від успіху реалізації інноваційних ідей та концепцій маркетингу залежить успіх більшості фірм і благополуччя як виробників, так і споживачів.

Список використаних джерел:

1. Нуралиев С.У., Нуралиева Д. С. *Маркетинг: учебник* : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К». 2014.
2. Симоненко Н.Н., Симоненко В.Н. Современные проблемы маркетинга. *Успехи современного естествознания*. 2014. № 3. С. 191-193.
3. Сардак С.Е., Джинджоян В.В. *Маркетинг : навч. посібник*. Д. : ДГУ, 2018. 242 с.
4. Барабанова В. В. Сучасний маркетинг: фактори, стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 27(1). С. 108–111.

УДК 327; 336.74

Ли Пин (Li Pin), старший преподаватель,
института иностранных языков
Хулунбуирский университет
(АРВМ, г. Хайлар, КНР)

ФЕНОМЕН «ДЕРЕВЕНЬ ТАОБАО»

Аннотация: Произведен анализ развития «деревень Таобао». Рассмотрены требования к созданию «деревни Таобао». Дана характеристика коммерческим хамам, которые обеспечивают логистику, обслуживание продукции Alibaba. Система «Taobao Village» способствует возрождению сельских районов и ликвидации абсолютной бедности в Китае.

Ключевые слова: «деревни Таобао», электронная торговля, коммерческие хабы, инновации.

Правительство Китайской Народной Республики оценило влияние цифровых платформ, сервисов (электронная коммерция, социальные сети, банкинг, цифровая логистика, планирование, производство) на различные сферы человеческой деятельности. В 2015 году стартовала государственная кампания «10 тысяч предприятий помогут 10 тысячам деревень», в которой приняло участие более 60 тыс. китайских компаний. В 2016 г. Государственный комитет по борьбе с нищетой совместно с 16 министерствами выпустил рекомендации по массивному развитию электронной коммерции в сельских районах.

В 2016 г. Государственный комитет по делам развития и реформ КНР заключил с Alibaba Group соглашение о стратегическом сотрудничестве в сфере предпринимательства для возвращающихся в сельскую местность жителей и развития электронной коммерции на селе. Электронная коммерция де-факто стала одним из ключевых инструментов искоренения нищеты в сельских районах и урегулирования сельскохозяйственных производственных структур.

Корпорация Alibaba предложила сельским районам четыре программы развития: логистической инфраструктуры, обучение местных жителей правилам электронной торговли. Данной корпорации принадлежит сайт «Таобао», который осуществляет 80% операций в области электронной коммерции.

Таобао - это аналог аукциона ebay.com, только на китайский мотив, созданный компанией Alibaba Group.

«Деревни Таобао» представляют из себя коммерческие хабы, которые обеспечивают логистику, обслуживание продукции Alibaba, а также обучающие фермеров, вовлекая их в онлайн-торговлю.

Требование к созданию «деревни Таобао»:

- деловые операции должны осуществляться в самой деревне;
- населенному пункту требуется обеспечить годовой оборот в сфере электронной торговли в размере более 10 млн юаней (\$1,5 млн);
- иметь более 100 онлайн-магазинов или более 10% от числа домохозяйств.

Распространение интернета, в том числе мобильного, положило начало новому бизнесу, позволило сельским жителям выйти на единый рынок Китая. Первые такие деревни появились в 2009 году, сегодня их в стране больше четырех тысяч (рис. 1).

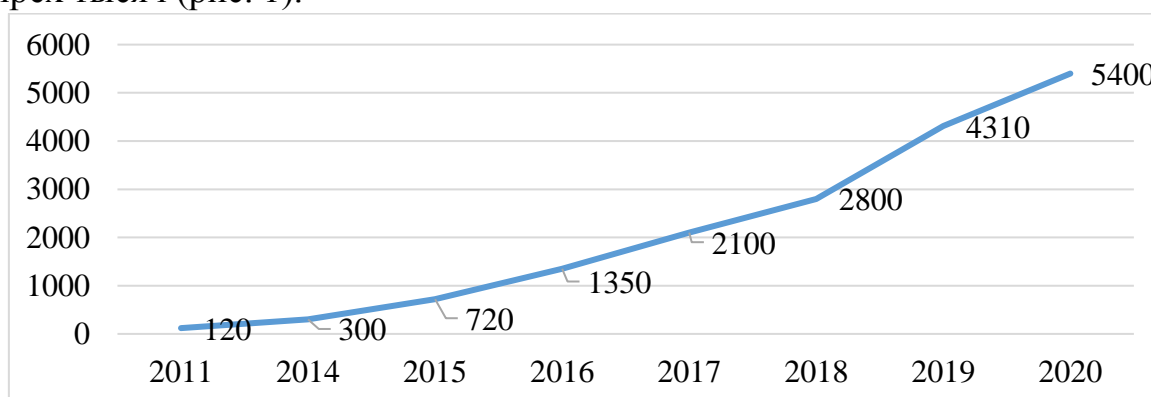


Рис. 1. Динамика количества «деревень Таобао»

Согласно данным отчета ««Деревни Таобао» в Китае», за последние 10 лет (2009-2019 гг.) число «деревень Таобао» увеличилось с 3 до 4310, а количество «поселков Таобао» достигло 1118, что составляет 250 миллионов человек. Число онлайн-магазинов, открытых крестьянами, увеличилось почти в 10 раз: до 660000 в 2018 году по сравнению с 70000 в 2014 году. В результате этой деятельности было трудоустроено 6,8 млн человек.

Лидирующие позиции по количеству "деревень Таобао" занимают провинции Чжэцзян, Гуандун и Цзянсу. На них приходится 68% "деревень Таобао" от общего количества в КНР.

Отличие «деревни Таобао» от обычной в том, что многие сельчане, став владельцами небольших виртуальных магазинчиков, в свободное от основной работы время продают товары по Интернету. Жители «деревни Таобао» проводят перед компьютером значительную часть времени, общаясь по Интернету напрямую с покупателями, живущими в самых разных уголках страны и сами, устанавливая цены. Электронная коммерция кардинально изменила традиционный облик и уклад деревни и является главной движущей силой современных преобразований.

Преимущества модели электронной коммерции для сельских предпринимателей:

- не требуется большого инвестирования;
- электронные продавцы могут практически постоянно быть на связи в Сети;
- самостоятельность в вопросах ценообразования;
- невысокие риски бизнеса.

По мере развития электронной коммерции многие «деревни Таобао» уже превращаются в «села Таобао» с более высоким уровнем электронной коммерции. Интернет-экономика, как новый вид экономической деятельности с использованием интернет-технологий ускорила процессы урбанизации и в сельских районах. Активно развивается современная логистика, решаются вопросы обеспечения высокоскоростным Интернетом, рабочих помещений для сотрудников клиентской службы, открываются индустриальные парки. Инвесторов привлекает высокая динамика развития электронной индустрии.

Однако, существуют проблемные вопросы и риски для перспективного развития «деревень и сел Таобао»:

- рост себестоимости и, соответственно, увеличение прессинга;
- появление большого количества единообразной продукции и дешевых товаров низкого качества;

– отсутствует строгой и четкой охраны прав интеллектуальной собственности;

– трудности при модернизации производства.

Для решение проблемных вопросов с 2012 года ежегодно проводятся Всекитайские форумы по развитию «деревень Таобао», на котором также проходит награждения «Десяти лучших примеров электронной коммерции, способствующей возрождению сельских районов» [1].

В Китае сейчас очень популярный тренд на экопродукты: мед, овощи, грибы и др. Alibaba помогает фермерским хозяйствам создавать и развивать свои торговые марки экологически чистой продукции. Всего с помощью Alibaba было запущено более 50 фермерских брендов. Совокупная стоимость девяти из них превысила \$46 млрд. Расширился ассортимент продукции узнаваемости с географической индикацией, в частности, в автономном районе Внутренняя Монголия (АРВМ) (рис. 2).

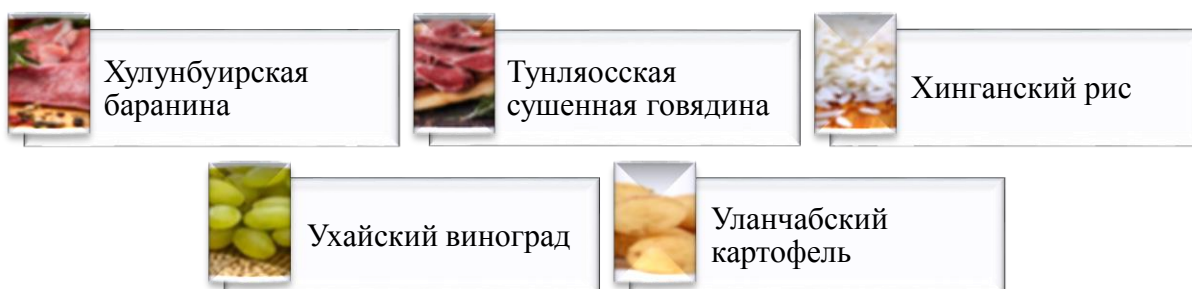


Рис. 2. Бренддовая продукция АРВМ

Цифровые технологии формируют полную индустриальную цепочку, которая связывает производство, предложение и сбыт.

Согласно реализации научно-технологического проекта по инновациям в сельском хозяйстве, для сельских жителей разрабатываются и предоставляются инновационные технологии с учетом региональных специфик. Например - технологии типа «рис-рыба», выращивание мальков в воде (часть года заливают рисовые посадки водой). Рис и рыба обеспечивают успешность комплексных рисоводческих агроценозов. Оказывалась помощь в создании экогостиниц в деревнях [2].

В XXI веке Китай прочно ассоциируется со взрывным ростом высокотехнологичного производства. Однако, 40% населения КНР (564 млн. человек!) живёт в деревнях и работает «в поле». Taobao и Alibaba Group осуществляют глобальную всекитайскую программу «Taobao Village», позволяющую крестьянам приобщиться к возможностям e-commerce и зарабатывать деньги эффективнее.

Таким образом, система «Taobao Village» не только позволяет сельским жителям эффективнее и быстрее находить покупателей своей продукции, но и способствует сохранению здоровой социальной обстановки в деревнях, сохранению семей и уменьшению оттока рабочей силы в города. Это выглядит определённой альтернативой давней госпрограмме КНР по переселению сельского населения в мегаполисы – последствия которой сильно разрушают экологию страны и не только.

«Деревни Таобао» являются мощным стимулом развития сельской экономики в Китае и способствует возрождению сельских районов во всех аспектах - экологической пригодности, сохранению сельских обычаев, эффективному управлению и богатой жизни. В 2021 г. в Китае подведены итоги кампании по борьбе с бедностью, символизирующей завершение первого этапа реализации концепции китайской мечты - строительство общества среднего достатка («средней зажиточности»).

Список использованных источников:

1. Ли Пин, Ци Юн Лю, Тан Ци Китайский рынок онлайн-торговли // Образование и право. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitayskiy-rynok-onlayn-torgovli>

2. Янь Цзы Сяо, Ашмарина Т.И. Цифровые технологии в АПК Китая //Физика и современные технологии в АПК: Материалы XI Международной молодежной конференции – Орёл: ООО Полиграфическая фирма «Картуш», 2020. с. 355-360.

УДК 339.13:339.187

О. Овечкіна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки і підприємництва
О. Жердєва, студентка
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля
(м. Сєверодонецьк, Україна)

СТЕЙКХОЛДЕРСЬКИЙ МАРКЕТИНГ: СУЧАСНИЙ АСПЕКТ

Анотація: Впровадження найефективніших методів роботи з метою отримання максимального доходу суб'єктами, зацікавленими у швидкій та якісній пропозиції споживачам нових товарів, значною мірою забезпечується стейкхолдерським маркетингом, застосування якого надає можливості прискорити порівняно з конкурентами впровадження новацій в організацію й управління бізнес-процесами.

Ключові слова: стейкхолдерський маркетинг, маркетингова логістика, бенчмаркінг, маркетингова розвідка

Стейкхолдерський підхід вперше був запропонований Р. Фріманом, в якому група людей, об'єднаних певною ідеєю можуть або досягти позитивного результату та отримати дохід від своєї діяльності, або зазнати матеріальних втрат [1] та розглядався Дж. Фруманом як механізм розв'язання постійних суперечностей підприємств з найближчим оточенням [2]. З цими висловленнями погоджувався Ф. Котлер, який вважав, що для уникнення конфлікту у комерційній та іншій діяльності потрібно дотримуватися компромісу між всіма зацікавленими сторонами, отже впевнено досягати виграшного результату [3].

Незважаючи на значну кількість наукових й публіцистичних джерел з питань стейкхолдерського маркетингу, нагальність вирішення нових питань міжстейкхолдерських відносин знову посилюють актуальність теоретичних розробок у цьому напрямі досліджень. Зважаючи на сказане, метою даною роботи є визначення місця стейкхолдерського маркетингу у комплексі напрямів маркетингової діяльності підприємства-виробника.

Цей вид маркетингу, пишуть вітчизняні вчені Г. Плахута та І. Попова, характеризує більш складні виробничо-комерційні відносини підприємств за наявності багатьох учасників, проте надає багато переваг, одна з найголовніших

– можливість отримання значно більшого доходу при створенні ланцюжка взаємозалежних суб'єктів [4], в основі якого полягає гетерархічний принцип. У Вікіпедії термін «гетерархія» буквально означає «те, що знаходиться під управлінням іншого», «розподілене управління» (на протигагу ієрархії) або ж, у більш вільному перекладі, «щось, що володіє внутрішньою різноманітністю».

Стосовно предмету дослідження, гетерархія має розумітися як:

по-перше, визначення та структурування загальної спільної мети діяльності всіх суб'єктів, зацікавлених у доведенні якісних товарів до кінцевого споживача;

по-друге, визначення місця й функцій кожного учасника процесу створення «ланцюжка цінностей» для споживачів»;

по-третє, більш ефективного використання кожним стейкхолдером переваг таких сучасних напрямів маркетингової діяльності, як маркетингова логістика, бенчмаркінг, маркетингова реклама тощо.

Саме маркетингову логістику науковці і практики розглядають як важливу ланку ланцюгу створення нових продуктів й збільшення обсягів реалізації відомих товарів, орієнтуючись на всіх суб'єктів, задіяних у їх виготовленні, транспортуванні й реалізації. Отже, маркетингова логістика поєднує в собі найкращі якості діяльності фахівців, що опікуються виробництвом, перевезеннями, розміщенням товарів, доведенням їх до такого кондиційного стану, щоб задовольнити навіть прискіпливих клієнтів. В системі стейкхолдерського маркетингу всі учасники мають проводити комплексні дослідження ринку.

Цю задачу значною мірою виконують фахівці з маркетингових досліджень промислових, логістичних, торгівельних підприємств, залучені рекламні агенції тощо. За маркетинговими дослідженнями вивчається ринок, вподобання споживачів, товарні новинки, управлінсько-рекламні новації партнерів і конкурентів з тим, щоб ефективніше орієнтуватися на інноваційні впровадження, передбачувати раніше конкурентів попит привабливого клієнта, й навіть формувати його смаки й вподобання.

Суттєвою дослідницькою проблемою стейкхолдерів стає вивчення господарської поведінки конкурентів. Вважається, що важливим інструментом досягнення успіху на ринку є бенчмаркінг, який наразі трактується як система заходів, форм впливу на ринкову поведінку інших суб'єктів, перед усім конкурентів [5]. Використовуючи різні види аналізу («техніки» аналізу) бенчмаркінгу, учасники стейкхолдерської системи виявляють:

- 1) «слабкі» і «сильні» сторони конкурентів, їх переваги та перспективи;
- 2) власні «слабкі» і «сильні» сторони на певному сегменті цільового ринку з тим, щоб усунути недоліки й створити можливість «потіснення конкурентів» та проникнення у нові сегменти чи «ніші». Таким чином, на основі досягнень інших компаній, партнери-стейкхолдери модернізують свої бізнес-процеси.

Спеціалісти-аналітики звертаються не лише до джерел публічної інформації, але й, як відомо, використовують радикальні методи її отримання через так звану маркетингову розвідку (комп'ютерне шпигунство, підкуп фахівців фірми-конкурента, працевлаштування фальшивих співробітників тощо), що провокує інформаційні війни, й відволікає ресурси від вирішення дійсно інноваційних проблем.

Висновок. Викладений матеріал дозволяє визначити наступне:

а) концепція стейкхолдерського маркетингу, з'явившись наприкінці минулого століття, знов виявила свою актуальність через прогресуюче збільшення потреб сучасних споживачів, їх різноманітних потреб, відстеження та аналіз яких доцільніше виконувати «колективно»;

б) система стейкхолдерів ефективніше може провести бенчмаркінг, прискорити обґрунтування заходів інноваційної, товарно-збутової політики кожним учасником;

в) нарешті, на нашу, думку, лише стейкхолдерські системи можуть винайми «цивілізовані» способи отримання інформації про всіх ринкових агентів, не порушуючи їх прав на комерційну таємницю, нерозголошення особистих даних, та запобігти провокаціям маркетингових війн замість опікування інтересами

споживачів.

Список використаних джерел:

1. Freeman R. E. (1984) Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman. 292 p.
2. Frooman J. (1999) Stakeholder influence. Academy of Management Review. No 24(2). Pp. 191-205.
3. Kotler, Ph. (1972) «A generic concept of marketing», Journal of Marketing. No36. Pp. 46-54.
4. Плахута Г.А., Попова І.В. Інтеграція маркетингу і логістики в системі менеджменту. *Маркетинг: теорія і практика: зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2008. Вип. 14. С. 145–148.
5. Energy Efficiency Benchmarking Methodology, Brussels: CEN, 2011.

УДК 368.03

О. Подра, к.е.н., доцент
Доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Анотація. Обґрунтовано необхідність використання системи маркетингового планування діяльності страхових компаній, визначено цілі та ключові етапи маркетингового планування, проаналізовано поняття стратегічного та тактичного маркетингового планів, а також встановлено особливості маркетингового планування на верхньому, регіональному та місцевому рівнях планування

Ключові слова: маркетингове планування, маркетингові плани, рівні планування

В сучасних умовах розвитку страхового ринку все більшого значення набуває необхідність впровадження та використання системи маркетингової планування діяльності страхової компанії. Слід зазначити, що на страховому ринку планування використовується досить часто, оскільки допомагає:

- здійснити оцінку цілей та завдань;
- визначати пріоритетні напрями страхової діяльності та забезпечувати їх належними ресурсами;
- визначати частку ринку страхової компанії на страховому ринку із врахуванням зміни чинників зовнішнього середовища;
- чітко розподіляти функціональні обов'язки працівників на основі створення, впровадження чи удосконалення організаційної структури, а також забезпечувати та підтримувати належний рівень мотивації;
- уникати чи зменшувати вплив ризиків на основі зниження рівня їх невизначеності в результаті проведення маркетингових досліджень.

Тому логічно, що маркетингове планування є важливим видом управлінської діяльності страхової компанії, оскільки безпосередньо пов'язано із визначенням напрямів ведення страхового бізнесу, ціноутворенням,

стимулюванням, зниженням ризиків та здійсненням контролю. За таких умов можемо визначити основні цілі маркетингового планування страхових організацій, які полягають у наступному:

По-перше, посилення позицій страхової компанії на ринку страхових послуг, із врахуванням умов, динаміки та тенденцій його розвитку.

По-друге, дослідження страхових продуктів та визначення тих, які мають незначний або нульовий попит, у разі їх виявлення, вжиття заходів щодо їх виходу на страховий ринок.

По-третє, підвищення рівня конкурентоспроможності страхової компанії, формування та підтримка її позитивного іміджу та репутації, забезпечення зростання ринкової вартості.

З метою досягнення вище зазначених цілей необхідно забезпечити реалізацію ряду завдань, зокрема, визначити вихідні параметри, на основі яких буде здійснюватися планування маркетингової діяльності; визначити основні принципи та критерії оцінки планування маркетингової діяльності; здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності страховика та визначити структуру активів, резервів та премій; спланувати порядок та процедуру організації бізнес-планування; узгодити елементи плану, визначити внутрішні резерви на потенціал страхового маркетингу [29].

На основі дослідження літературних джерел було встановлено, що процес маркетингового планування складається із певних етапів:

1 етап – попередній перед плануванням, пов'язаний зі збором та аналізом інформації із зовнішнього середовища.

2 етап – розробка стратегічних альтернатив, визначення цільового ринку та аудиторії, конкурентних переваг страхової компанії та на основі здійсненого аналізу прийняття рішення про позиціонування.

3 етап – розробка маркетингових програм.

Слід зауважити, що перші два етапи відносяться до стратегічного маркетингового планування та використання відповідних методів дослідження,

таких як SWOT аналіз, SPACE аналіз та ін., що стосується третього етапу маркетингового планування, то досить часто його називають тактичним маркетинговим плануванням.

Виходячи із цього у маркетинговому плануванні використовуються щонайменше два основних види планів: стратегічні маркетингові плани, які розробляються вищим керівництвом підприємства і тактичні маркетингові плани, розробляються середнім або технічним рівнем управління організації.

Стратегічні маркетингові плани – це довгострокові плани, які пов'язані із забезпеченням високого рівня конкурентоспроможності страхової компанії, забезпечення реалізації обраної маркетингової стратегії та реалізацію заходів, що пов'язані із виведенням чи просуванням на ринку основних видів страхових продуктів.

Маркетингове стратегічне планування передбачає досягнення цілей як: завоювання та утримання високих позицій на страховому ринку, прогнозування потреб та вподобань страхувальників, розробка та впровадження нових страхових продуктів, із врахуванням технологічного чинників технологічного розвитку, розробка обґрунтованої цінової політики на основі аналізу цінової політики конкурентів, купівельної спроможності страхувальників, особливостей страхових продуктів.

Водночас, у тактичному маркетинговому плануванні виділяють рівні планування: верхній, регіональний та місцевий, які залежать від реалізації стратегічних ідей у короткостроковому періоді. Верхній рівень планування передбачає дослідження, планування та прогнозування розвитку на національному рівні терміном на 5-7 років. Регіональний рівень планування передбачає дослідження, планування та прогнозування розвитку регіональної мережі терміном на 3-5 років; місцевий рівень планування – дослідження, планування та прогнозування розвитку філії у певній місцевості терміном на 1 рік.

Тактичне планування є ефективним та дієвим інструментом реалізації

маркетингової діяльності страхової компанії, оскільки дозволяє визначити приховані резерви, як можуть сприяти підвищенню продуктивності, сприяє вчасному реагуванню на зміни у зовнішньому середовищі та використанні їх з метою отримання конкурентних переваг, забезпечує підвищення якості страхових послуг та розширення їх асортименту, зростанню прибутковості.

Таким чином, розробка тактичного плану маркетингу страхової компанії є досить складним та важливим завданням, що потребує наявності висококваліфікованих спеціалістів та фінансових ресурсів. Водночас, необхідно зазначити, що процес маркетингового планування страхової діяльності передбачає послідовну реалізацію певних етапів, що починаються із аналізу маркетингової діяльності та завершуються розробкою маркетингової програми.

Список використаних джерел:

4. Балабанова, Л. В. Мажинський, Р. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: навч. посіб. М-во освіти і науки України, Донец. держ. ун-т екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Школа маркетингового менеджменту. К. : Професіонал, 2006. –288 с.

5. Палка І.М. Вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4498>

6. Штучка Т. В. Методичні підходи до оцінки маркетингової діяльності підприємств агропродовольчого сектору. *Економічний аналіз*, 2014, №3, С. 96–102.

УДК 339.138

Пурас Т.В., студентка
Голей Ю.М., викладач
кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Анотація. Маркетингова діяльність у готельному бізнесі є найважливішою функцією в індустрії готельного бізнесу. Вона повинна забезпечувати стійке, конкурентоспроможне функціонування та розвиток того або іншого суб'єкта маркетингової системи у готельному господарському ринку з урахуванням стану внутрішнього й зовнішнього середовища. У тезах представлено розробку стратегії та програму заходів, які використовуються з метою підвищення продуктивності готельного бізнесу та ефективності задоволення потреби кінцевого споживача-туриста.

Ключові слова: маркетингові стратегії, готель, готельний бізнес, гості, дохід, відгуки.

На сьогоднішній день активний розвиток технологій призводить до того, що буквально кожен день з'являються технологічні новинки, які можливо використовувати в різних сферах. Ось і готельна індустрія активно бере на озброєння корисні і цікаві технічні винаходи сучасних вчених.

Найважливішими цілями будь-якого готелю є отримання прибутку, забезпечення постійного зростання обороту і заняття кращого конкурентного положення на ринку. У маркетингу - це зростання продажів, збільшення частки ринку, підвищення лояльності споживачів. Саме на вищому рівні управління компанією закладаються основи правильної маркетингової політики, оскільки кожне конкретне маркетингове рішення повинно розглядатися як деталізація стратегічних рішень готелю, спрямованих на досягнення загальнокорпоративних цілей [2].

Перш за все, маркетингова стратегія в сфері гостинності повинна починатися з розуміння аудиторії. Який тип мандрівника готель хоче привернути до себе? Маркетинг для міжнародних мандрівників вимагає іншої стратегії, ніж орієнтація на місцевих жителів. Знання того, на кого націлюється маркетинг,

може допомогти визначити більш чітку мету, що призведе до більш сильним стратегіям збільшення доходів готелю.

Розробка ефективних маркетингових стратегій для готельного бізнесу - складне завдання, але є основні стратегії, які зможуть допомогти, аби залучити більше гостей в готель і стимулювати прямі бронювання [1]:

1. Використання технології для кращого просування готелю.

Незалежно від типу власності потенційні гості готелю будуть вивчати його в Інтернеті, перш ніж вирішать забронювати номер. В результаті одна з кращих стратегій, яку потрібно використовувати, передбачає використання наявних технологій для демонстрації всіх елементів власності. Було б доречно зробити віртуальний тур по готелю або номерами, щоб гості могли побачити всі 360 градусів і краще зрозуміти, який рівень комфорту вони хотіли б забронювати. Це життєздатна маркетингова стратегія для готелів і курортів, де гості можуть оцінити можливість побачити зсередини, особливо більш схвильованим мандрівникам, які вважають за краще точно знати, що вони отримають, перед бронюванням.

2. Використання соціальних мереж.

Велика кількість готельєрів може не відразу побачити вигоду, соціальні мережі є однією з кращих стратегій збільшення доходів готелю. Постановка реалістичних цілей і підтримання розмови з гостями допоможе підвищити впізнаваність бренду, що, в свою чергу, дозволить направити повідомлення на зацікавлених сторін у готелі. Можна додати спеціальні пропозиції або пропозиції для заходів в цьому районі, якщо вони актуальні [3].

3. Заохочування лояльності клієнтів.

Якщо власники виявили, що часто бачать у своєму готелі знайомі обличчя, то слід подумати про програму заохочень, яку можна запропонувати своїм гостям. Це може бути безкоштовне проживання або проживання зі знижкою, ваучери на сніданок або прилеглі ресторани, а також квитки зі знижкою в пам'ятки або тематичні парки в цьому районі. Залежно від місця розташування

ця маркетингова стратегія готелю може сподобатися широкій аудиторії, що в кінцевому підсумку зміцнить відносини між власниками готелю та його гостями. Постійні мандрівники можуть порекомендувати готель друзям, родині чи колегам, яким необхідно поїхати в цей район. В кінцевому підсумку заохочення лояльності гостей - це маркетингова стратегія для готельного бізнесу, яка шукає способи як зміцнити імідж свого бренду, так і поліпшити відносини з гостями [5].

4. Використання веб-сайту.

Використовуючи власний веб-сайт, власники готелю можуть залучити відвідувачів в свій готель і стимулювати прямі бронювання, що допоможе максимізувати їхній дохід. Завдяки пильній увазі до пошукової оптимізації, ця маркетингова стратегія готелю збільшує можливості пошуку у готелі. Він привертає увагу допитливих мандрівників, не вкладаючи кошти в додаткову рекламу. Веб-сайти – це гнучка маркетингова стратегія для готелів і курортів, оскільки можна перехресно просувати сайт в соціальних мережах і використовувати його для реклами за все, що відбувається в готелі, наприклад, цікавий захід, який проводиться.

5. Співпраця з місцевим бізнесом.

Індустрія гостинності має унікальну можливість співпрацювати з місцевими підприємствами в одному районі, щоб підвищити якість обслуговування гостей. Партнерство з місцевим рестораном або малим бізнесом – безпрограшний варіант для готельного маркетингу. Власники можуть просувати спеціальну пропозицію, якщо гості зупиняються у готелі, що одночасно спонукає гостей бронювати та допомагає приносити дохід бізнесу, з яким готель співпрацює. Зміцнення відносин з місцевими ресторанами за допомогою служб доставки або знижок також може допомогти їм виступити на захист готелю [4].

6. Електронний маркетинг.

Електронна пошта - потужний інструмент у арсеналі маркетингових стратегій готелю. Звернення до гостей після того як вони залишилися та

спонукання їх залишити відгук допомагає збільшити потік відгуків, і гості можуть легко побачити недавній досвід, досліджуючи готель. Чутка має велике значення в сфері обслуговування, оскільки багато гостей використовують відгуки, щоб оцінити з чим інші гості стикалися при відвідуванні готелю. Крім того, якщо гості підписуються на програму винагород у готелі, то власники можуть використовувати електронний маркетинг для розсилки інформаційних бюлетенів про майбутні події або рекламні акції.

7. Розвиток готельного бізнесу на основі відгуків гостей.

Важливий метод поліпшення репутації готелю – це уважно слухати гостей. Управління репутацією – це вигідна маркетингова стратегія для готелів і курортів, оскільки те, що гості говорять про готель, вплине на ймовірність того, що інші гості будуть довіряти йому в майбутньому. Швидка і професійна реакція на розмови гостей про об'єкт розміщення – це маркетингова стратегія готелю, яка допоможе контролювати свою репутацію.

Таким чином, проаналізувавши наведені маркетингові стратегії, які слід використовувати у готельній індустрії, можна зробити висновок, що в сучасних умовах практично неможливо обійтися без інноваційних технологій для підтримки атрактивності і конкурентоспроможності готелю на ринку готельних послуг.

У роботі були виявлені сучасні тенденції ведення готельного бізнесу. Реклама як і раніше є важливою, але маркетинг сьогодні має набагато більше значення, тому, що створює область для плідного спілкування між співробітниками і клієнтами компанії. Подібні комунікації здатні підключити емоції клієнта, серед яких, швидше за все, виявляться любов і прихильність до того чи іншого готелю. Необхідно, в першу чергу, дати клієнтам підстави вважати, що про них, дійсно, дбають та піклуються.

Отже, наявність ефективних маркетингових стратегій готелів є обов'язковою умовою для компаній, що бажають отримати і зберегти обороти на будь-якому ринку.

Список використаних джерел:

1. Джашеев І.К. Маркетингові стратегії та інновації готельного підприємства // Молодий вчений. 2016. № 11. С. 708–710.
2. Ковальчук С.В. Сучасні тренди маркетингу гостинності. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6725/1/7.pdf>.
3. Мартієнко А. І., Дишкантюк О. В. Сутність гостинності як економічної категорії // Економіка : реалії часу. 2017. № 2 (30). С. 72–78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf> (дата звернення: 20.08.2018).
4. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки: електрон. наук. фах. вид. 2015. Вип. 8. С. 1216–1221.
5. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія / Л. Д. Завідна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 600 с.

УДК 339.138

Н. Романів, студент гр. МАРКмз-11,
Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль, Україна)

СТВОРЕННЯ ЗОРІЄНТОВАНОЇ НА КЛІЄНТІВ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ОТГ

Анотація: Визначено особливості вітчизняного ринку споживачів політичного товару, а саме послуг об'єднаних територіальних громад. Проаналізовано три типи політичного маркетингу ОТГ: зорієнтований на продажі маркетинг, інструментальний політичний маркетинг і політичний маркетинг взаємовідносин.

Ключові слова: маркетинг, ОТГ, політичний продукт, споживач, стратегія.

Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади (ОТГ) та її маркетинг є важливою проблемою сучасних ОТГ. Саме тому територіальний маркетинг, маркетинг політичного продукту та лідера ОТГ потребує дослідження, аналізу та вироблення стратегії розвитку в умовах реалій українського громадянського суспільства.

Проблемі посилення конкурентоспроможності некомерційних організацій сфери права, адвокати, політики, серед яких і є ОТГ, на засадах маркетингу присвятили праці такі зарубіжні вчені, як А.Шама, Д.Рейд, П.Батлер, Ф.Гарріс, С.Генненберг, Н.О'Шонессі, П.Бурдьє та інші. Стосовно наукових досліджень із проблематики маркетингу вітчизняних некомерційних організацій сфери права, адвокати, політики, то найбільше відображення вони знайшли стосовно маркетингу в сфері політики у працях Т.Борисової [1], Н.Лікарчук, С.Шубіна, В.Полторака, О.Агаркова, Д.Акімова та інших. Слід зауважити, що ця сфера досліджень через міждисциплінарний характер і поліметодологічність характеризується на сьогодні наявністю як численних напрацювань, так і численних розбіжностей у висновках учених.

Створення зорієнтованої на клієнтів стратегії маркетингу ОТГ передбачає такі операції, як сегментування, визначення цільового ринку, диференціацію, позиціонування та їх імплементацію у стратегічне планування. Опрацювання

наукових праць [1-4] дозволив виокремити такі особливості сегментування вітчизняного ринку споживачів політичного товару (послуг ОТГ):

— теоретичні напрацювання переважно торкаються питань сегментування ринку споживачів. Питання сегментування ринку донорів не розкриті, очевидно, маркетингові проблеми політичних партій із контрагентами на цьому ринку, на відміну від політичних ринків країн із розвинутою демократією, вирішені;

— сегментація споживачів здійснюється за різними критеріями (соціально-демографічний, географічний, психографічний, причому акцентується увага не на активності виборців, а на схильності до ідентифікації виборців із політиками певного типу);

— актуальною є проблема переважання регіональної, територіальної ідентичності над загальнонаціональною. Така ситуація свідчить про слабку національну ідентифікацію, а, отже, і слабкий громадянський патріотизм населення країни;

— політичному ринку України характерними є нерозвинутість, слабка диференціація політичних переваг громадян та виборців, специфічна ментальність українського населення. На нашу думку, саме проблема пошуку критеріїв в умовах послаблення соціально-класового конфлікту, ідеологічної ідентифікації спричинює теперішню ситуацію, в якій маркетинг зводиться до технологій впливу на електорат через популізм;

— сегменти є менш стійкими, більш аполітичними;

— особливо відкритим до впливу політичної реклами є сегмент молодіжної аудиторії.

Сприйняття, розуміння та оцінка споживачами ОТГ, їхніх програм та лідерів є важливим аспектом ефективної стратегії. В праці [3, с.269] позиціонування розглянуто з трьох аспектів: по-перше, позиціонування – це політика в рамках загальної стратегії держави, ОТГ, політичної партії чи лідера, а не будь-який конкретний результат; по-друге, позиціонування повинне бути комплексним та системним, реалізуючись у всіх елементах маркетинг-міксу, які

сприймаються споживачами; по-третє, позиціонування повинне бути спрямоване на забезпечення правильного сприйняття товару. На нашу думку, проблема аполітичності, гомогенності сегментів повинна спричинити проблему політичної перцепції, проте, як свідчить інтенсивна конкуренція на політичному ринку України, позиціонування політичних програм успішно підмінюється позиціонуванням лідерів ОТГ з активним впливом передусім на емоції виборців, що і відповідним чином реалізується у стратегії.

Виокремлюють три стратегічних виміри політичного маркетингу: зорієнтований на продажі маркетинг, інструментальний політичний маркетинг і політичний маркетинг взаємовідносин [2]:

1. Зорієнтований на продажі маркетинг відповідає традиційному зорієнтованому на ідеологію підходу до політики: пропозиція політичної організації чи партії (політичні обіцянки, електоральна діяльність та кампанія) формуються відповідно до непорушних політичних переконань, що часто спрямовані на врахування інтересів більшості чи соціальних розбіжностей (класових чи регіональних);

2. Інструментальний політичний маркетинг передбачає використання маркетингових заходів і стратегій для переконання виборців у цінності політичної пропозиції, адаптацію пропозиції до преференцій цільових сегментів та ефективну імплементацію кампаній із політичного маркетингу за допомогою скоординованого використання маркетингових інструментів;

3. Політичний маркетинг взаємовідносин передбачає врахування соціального ефекту і зосереджений на встановленні тривалих обмінів та взаємодій, які корисні для всіх учасників та суспільства. Із термінологічного боку таке поняття відповідає поняттю «соціально-політичний маркетинг», яке запропонував О.Агарков: «Соціально-політичний маркетинг – це технологія управлінської діяльності соціально-політичних агентів, яка спрямована на задоволення потреб та узгодження інтересів різних прошарків суспільства за допомогою обміну соціальними благами, на забезпечення громадян цими

благами й на розподіл матеріальних і нематеріальних ресурсів на основі принципу соціальної справедливості» [5, с.45–46].

Отже, особлива увага до політико-інженерної діяльності та політичних технологій у наукових працях вітчизняних вчених дозволяє зробити висновок, що зараз у політичному маркетингу переважає інструментально-технологічний підхід, який передбачає надання пріоритету короткостроковим цілям ОТГ чи лідерів, а не довгостроковим цілям загальносуспільного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Борисова Т.М. Маркетинг некомерційних організацій у розрізі сфер діяльності: теорія і практика: Монографія. Тернопіль: Астон, 2015. 283 с.
2. Vankov N. The strategic dimensions of Political Marketing. *Economic Alternatives*. 2013. Iss. 3. P. 74–80.
3. Лікарчук Н.В. Політичний маркетинг: теорія і практика: монографія; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. К.: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2012. 356 с.
4. Хавкіна Л. Сучасний український рекламний міф : монографія. Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2010. 352 с.
5. Агарков О.А. Соціально-політичний маркетинг: теоретичний і практичний аспекти: монографія; за наук. ред. д-ра філос. наук, проф. В. М. Бебика. Запоріжжя: Просвіта, 2011. 314 с.

УДК 339.138.01

Салогубова Віолетта Михайлівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри публічного управління,
менеджменту та маркетингу
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля
(м. Сєверодонецьк, Україна)

ОПТИМІЗАЦІЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Анотація: у тезах зазначено актуальність вдосконалення асортиментної політики сучасного підприємства. Визначено коло основних питань щодо управління торговельним підприємством у процесі його маркетингової діяльності. Приділено увагу деяким аспектам оптимізації асортименту як важливішого напрямку формування товарної політики підприємства оптової торгівлі.

Ключові слова: маркетингова стратегія, асортиментна політика, оптимізація асортименту, збут товару, ринок, управління підприємством.

Для вирішення багатьох економічних та соціальних завдань, що стоять перед будь-яким підприємством необхідною є організація найефективнішого збуту товарів та послуг, що може виставити підприємство на ринок.

Необхідність вивчати та залучати результати досліджень та досвід в області маркетингу для детального відображення трансформації взаємовідносин та взаємодії виробництва та ринка – найактуальніша потреба сучасного життя кожного підприємства.

Завжди невід'ємлемою складовою частиною ефективного маркетингу є оцінка асортиментної політики підприємства. При зростанні ролі кількості різновидів товарів на ринку України, а також у зв'язку з необхідністю вибору раціональних напрямків торговельної діяльності проблема асортиментної політики набуває особливої актуальності. Цим можна пояснити виникнення підвищеного інтересу до методичних аспектів оцінки і прогнозу оптимізації асортиментної політики підприємства, появу ряду спеціальних досліджень як у зарубіжній, так і у вітчизняній літературі.

Як відомо, асортиментна політика підприємства – це система заходів стратегічного характеру, що направлена на формування конкурентоздатної моделі, котра забезпечує стійкі позиції підприємства на ринку і здобуття необхідного прибутку [1, с. 87]. Саме оптимальна асортиментна політика впливає на вибір та формування маркетингової стратегії підприємства у сучасних ринкових умовах функціонування економіки. Можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від рівня досконалості асортименту товару і сукупності його економічних показників, що чинять вплив на результати конкурентної боротьби. Для представлення на ринку конкурентоспроможної продукції підприємству необхідно безперервно проводити аналіз асортиментної політики, оцінювати вади та недоліки свого асортименту товарів у порівнянні з конкурентами та тенденціями на ринку, та розробляти заходи щодо вдосконалення своєї маркетингової діяльності в зазначеному напрямку.

Сьогодні торгівля є однією з основних галузей народного господарства України. Стан, в якому перебуває економіка України, характеризується низкою негативних явищ, таких як спад ділової активності, високий рівень інфляції, низька покупна здатність населення, продовження загрози від пандемії. За цих умов важливо виробити методи, що впливають на організацію збуту, споживання товарів і послуг, та нові підходи до управління підприємством. В таких умовах підприємству, наприклад, оптової торгівлі необхідно особливо уважно ставитися до структури асортименту своїх товарів. Для того, щоб досягти оптимального рівня асортиментної політики, потрібно знати, які способи її оцінки є найбільш доцільними та діючими.

Проблема вдосконалення асортиментної політики підприємств оптової торгівлі у сучасному світі має універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, багато залежить в економічному та соціальному житті будь-якої країни. Аналіз інформації, її інтерпретація дозволяють фахівцям вивести обґрунтовану оцінку за кожним елементом асортиментної політики і

охарактеризувати загальне становище підприємства на ринку.

Основними резервами на основі яких базується якісна і ефективна асортиментна політика є [2, с. 114]:

1. Формування системи управління асортиментом на підприємстві;
2. Робота з персоналом, який займається розробкою асортименту продукції;
3. Впровадження сучасних новітніх методик, що використовуються при розробці товарного асортименту.

Оптимізація асортиментної політики – найважливіша частина заходів, яка дозволяє проаналізувати ефективність структури асортименту та знайти правильні рішення щодо зміни асортименту товарів. Оптимізація асортименту надає аналітичні можливості для асортиментного забезпечення продажів з урахуванням короткострокового і довгострокового планування. Для аналізу існуючого асортименту можна виділити асортиментні групи і відстежити продажі по категоріях і за кожним товаром окремо. В результаті визначаються товари, що дають найбільший, прийнятний і найнижчий обіг, а також найбільший і якнайменший прибуток. Аналіз асортименту проводиться на основі статистичних даних по торговому підприємству за рік, півріччя, квартал (або будь-який інший період) з наданням результатів як в табличному, так і графічному вигляді.

Існують досить традиційні методи до аналізу асортименту товарів, які формувалися протягом розвитку багатьох економічних наук в тому числі і маркетингу. Поряд з тим застосовуються і більш сучасні методи оптимізації асортиментної політики підприємства [3, с. 217]. У табл. 1 наведено перелік таких методів та стисло зазначена їхня сутність.

Таблиця 1

**Традиційні та більш сучасні методи оптимізації
асортиментної політики підприємства**

Назва методу	Сутність методу
<i>Традиційні методи</i>	
Адаптована Матриця BCG	Визначає базовий підхід до управління портфелем продукції.

Матриця МакКінсі	Визначає зони привабливості для діяльності підприємства, проводиться аналіз ринків на основі двох чинників привабливості галузі і конкурентоспроможності підприємства.
ABC-аналіз	Групи продукції розбиваються за ступенем впливу на загальний результат. Принципом угруповання може бути величина виручки від конкретної групи товарів.
<i>Сучасні методи</i>	
Метод експертних оцінок	Визначає набору показників, які експерти оцінюють по десятибальній шкалі.
Метод Дібба-Сімкіна	Класифікує товари, дозволяє визначити основні напрями розвитку окремих товарних груп, виявити пріоритетні позиції асортименту.
XYZ-аналіз	Дозволяє визначити запаси, які, можливо, погано передбачені або не входять до числа найдорожчих.
Кластерний аналіз	Використовується за умови невизначеності ознак сегментації. Використовування результатів сегментації на підставі кластерного аналізу дає компаніям шанс глибше зрозуміти своїх клієнтів.
Метод Розенберга	Споживачі оцінюють продукт з погляду його придатності для задоволення певних потреб.
Метод на основі адекватності ринку	Для кожної асортиментної позиції формується перелік показників, що характеризує кон'юнктуру ринку, мету випуску так кількість витрачених ресурсів, з урахуванням значущості цих показників.
Метод планування асортименту на основі розрахунку індексів конкурентоздатності	Пропонує проведення на підприємстві порівняльного аналізу з товарами інших підприємств тієї ж галузі для виявлення найперспективніших і ефективних напрямів розширення асортименту.
Метод планування асортименту шляхом оптимізації ключових фін. показників	Припускає декілька етапів планування і ґрунтується на визначенні ключових фінансових показників, оцінці впливу виробничих чинників на фінансові показники.

Провівши діагностику свого асортименту, підприємство може визначити перспективи розвитку асортименту на найближчий період, знайти кошти підвищення його прибутковості, обрати різні стратегії підтримки або відновлення балансу свого продуктового портфеля.

Доведено, що виробничі витрати дуже чутливі до асортименту. Наприклад, скорочення наполовину асортименту підвищує продуктивність на 30%, скорочує витрати на 17% та істотно знижує точку беззбитковості. Повторне скорочення асортименту підвищує продуктивність на 75%, скорочує витрати на 30% і знижує точку беззбитковості більш ніж на 50%. В більшості випадків із збільшенням асортименту витрати збільшуються звичайно на 20-35% на одиницю продукції

при подвоєнні асортименту.

Це теорія перевірена на практиці, проте, надмірне скорочення асортименту окрім зниження виробничих витрат може також привести до різкого зниження продажів, оскільки вузький асортимент не задовольнятиме споживачів. Необхідно так збалансувати асортимент, щоб підприємство не несло зайвих виробничих витрат, а споживач залишився задоволений запропонованою продукцією [4, с. 152-153].

Оптимально підібраний асортиментний портфель підприємства прямо впливає на збутову діяльність, що дозволяє управляти часткою маржинального доходу i , отже, часткою чистого прибутку у виручці компанії. При незбалансованій структурі асортименту відбувається зниження рівня прибутку, втрата конкурентних позицій на перспективних споживацьких і товарних ринках i , як наслідок цього, спостерігається зниження економічної стійкості підприємства.

Для проведення повноцінного аналізу асортименту можна сумістити декілька відомих і універсальних методів, можливих для адаптації до ситуації в конкретній компанії. Результати аналізу продуктового портфеля, отримані різними методами, порівнюються між собою і на підставі отриманої інформації формуються пропозиції щодо змін асортименту.

Список використаних джерел:

1. Тертичка В.В. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: НАДУ, 2014. 196 с.
2. Зоріна О.І. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 192 с.
3. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 560 с.
4. Мазаракі А.А., Богославець Г.М., Трубей О.М., Носуліч А.М. Оптова торгівля в Україні : монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 208 с.

УДК 339.138 (075.8)

С.Е. Сардак, д.е.н., професор,
професор кафедри маркетингу
Боровльова А.О.

Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро, Україна)

ПОТЕНЦІАЛ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ФОКУС-ГРУП У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ

Анотація: Розглянуто зміст методу фокус-груп. Обґрунтовано оснівні фактори, які впливають на ефективність даного методу. Визначено особливості застосування фокус-груп. Виявлено переваги та недоліки методу фокус-груп.

Ключові слова: метод фокус-груп, ефективність, маркетингове дослідження, інтерв'ю, модератор, респонденти.

У розвинених державах метод фокус-груп є досить популярним. Це пояснюється тим, що для розуміння глибини мотивації поведінки людей та їх колективного уявлення цей метод являється найбільш ефективним. Цей метод часто використовується для того, щоб оцінити ефективність та якість реклами. Відповідно до результатів даного методу деякі товари піддаються ретельному перегляду : упаковка, оформлення, реклама і т. п. Після чого рекламні кампанії мають на меті підкреслення тих якостей товару, які споживачі виділили як позитивні.

Метод фокус-груп є досить цінним через вільний характер процедури обговорення питання, яким цікавиться дослідник. Тобто, основна перевага даного методу в тому, що респонденти, які не обмежені стандартними рамками, можуть вільно висловлювати свої думки, виражати емоції. Слід зазначити, що відмінність традицій та особливості культури жителів різних територій можуть мати значний вплив на ефективність та можливості використання даного методу. Тому для досягнення найкращого ефекту слід підбирати учасників, які схожі між собою за ступенем зацікавленості в даному питанні, соціально-економічними та демографічними характеристиками. Також усі перелічені вище чинники слід враховувати під час визначення ступеня активності і ролі модератора. Нерідко за результатами проведення такого неструктурованого інтерв'ю компанія отримує

досить несподівану інформацію, яка значно відрізняється від початкової гіпотези [1].

За рахунок проведення фокус-груп визначається проблема маркетингового дослідження, виявляються альтернативні варіанти гіпотез, отримується корисна інформація та перевіряються результати, які були отримані раніше. Для того, щоб можливості методу фокус-груп відповідали поставленим задачам, необхідно заздалегідь обговорити мету і задачі із замовником та надати йому інформацію щодо можливостей методу, який планується застосувати в даному випадку та характер отриманої інформації в ході інтерв'ю [1].

Застосування методу фокус-груп є доцільним задля тестування концепції рекламної кампанії або елементів брендингу, упаковки та властивостей продукту. Також результати таких досліджень можуть виступати у ролі бази для проведення кількісного дослідження, тобто отримана інформація допоможе сформулювати питання для опитування (анкетування) [2].

Для отримання найбільш достовірної інформації в ході проведення фокус-групи ведучий повинен бути доброзичливим, терплячим, гнучким та чутливим до змін настрою респондентів, рішучим в досягненні цілей, вміти залучати учасників до активного обговорення питання, контролювати свій процес говоріння задля попередження неконтрольованого впливу та нав'язування думок учасникам. Даний метод вимагає від модератора контролю релевантності, тобто ведучий повинен постійно контролювати процес обговорення та відсіювати побічні теми — це забезпечить результативність фокус-групи. Модератор повинен бути напоготові, аби в потрібний момент обговорення поставити таке додаткове запитання, яке надасть йому можливість одержати повну достовірну інформацію.

Дуже важливим аспектом забезпечення ефективності фокус-груп є правильний вибір респондентів для проведення групового інтерв'ю. Для цього необхідно дотримуватись певних умов: завдяки цілям дослідження визначаються критерії, яким повинна відповідати соціальна група, до якої мають належати усі

учасники обговорення (до таких критеріїв можуть відноситись: стать, вік, соціальний статус, рівень освіти тощо); проблема дослідження повинна відповідати стилю і способу життя респондентів; експерти повинні мати однаковий рівень зацікавленості або досвіду споживання товару або послуги, що планується обговорювати; учасники повинні належати до однієї національної культури [1].

Найвищий ступінь ефективності методу фокус-груп визначається схожістю умов проведення групового інтерв'ю з умовами повсякденного спілкування людей, тому за умови якісної роботи модератора обговорення в фокус-групах відображають фрагменти звичайного спілкування [3]. Успішність та ефективність обговорення залежить від рівня відчуття комфорту та свободи виказування думок. Одним із недоліків використання даного методу може стати неконтрольований вплив ведучого. Іноколи трапляються ситуації, коли модератор може ненавмисно нав'язувати свою думку через недозволеність вільного порядку виказування думок, чіткий план поставлених запитань. Отже, метод фокус-груп є одним з найефективніших методів маркетингового дослідження, але будь яке рішення слід перевіряти за допомогою кількісних методів.

Список використаних джерел:

1. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручн. Дніпропетровськ : НГУ. 2015. 357 с.
2. Колесник Б.О., Геселева Н.В. Проблеми фокус-групи як методу маркетингового дослідження. 2017. – Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/10360/1/APPRMU2017_P162.pdf
3. Фоломеєва Т. В. Використання проєктивних методик для підвищення ефективності фокус-груп. 2003. – Режим доступу: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/soc4m/article/view/3987/3725>
4. Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Маркетинг : навч. посібник. Д. : ДГУ, 2018. 242 с.

УДК 004.8:339.1

Скопик Григорій Мирославович
магістр кафедри маркетингу
Західноукраїнського національного університету
(м. Тернопіль, Україна)

БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ПРОЦЕСІВ У МАРКЕТИНГУ

Анотація: представлено авторське бачення того, як за допомогою інструментів маркетингу ми просуваємо товари і послуги як online, так і offline. Описано процеси доставки до споживача товарів через Інтернет магазини і розуміння того, як вони працюють.

Ключові слова: Інтернет магазини, моделювання, бізнес-аналітика, процеси.

Управління – це цілеспрямований інформаційний вплив на людей та економічні об'єкти з метою отримання бажаного результату. Ми будемо розглядати поняття «управління бізнес – процесами у маркетингу». Тобто, процес «реальний товар – передаємо у віртуальний Інтернет магазин – продаємо його реальним покупцям – доставляємо цей же реальний товар із віртуального середовища у реальний світ реальному покупцеві» потрібно буде описати та змодельювати.

Основне завдання маркетолога [1] доставити товар чи послугу на ринок необхідному покупцеві. І потрібно використовувати всі канали розподілу продукції, в тому числі і Інтернет маркетинг. Тому, маркетолог повинен надати програмісту детальний опис бізнес - процесу для того, щоб він міг написати програму створення Інтернет магазину. А саме:

- хто за що відповідає;
- хто що робить;
- хто здійснює доставку, оплату;
- хто перевіряє залишки товарів на складах.

Бізнес аналітик – це фахівець, який досліджує проблему замовника щодо просування продукції через Інтернет магазин, шукає рішення і

оформляє концепцію у формі вимог, на які будуть орієнтуватися, програмісти при створенні програмного продукту.

Робота бізнес аналітика у сфері інтернет-продажу включає такі етапи:

1. Виявити потребу замовника сайту Інтернет магазину та зрозуміти проблему, яку він хоче вирішити через розробку цього сайту;
2. Самостійно, або за допомогою команди, сформулювати концепцію рішення;
3. Оформити концепцію в технічне завдання з конкретними вимогами для програміста. Для цього використовують різні техніки бізнес-аналізу. Водночас, робиться точна оцінка трудовитрат і тривалості робіт;
4. Деталізувати кожну вимогу у вигляді специфікацій;
5. Консультувати програмістів і тестувальників під час розробки продукту, обговорювати спірні моменти із замовником.

Огляд іноземних джерел на тему прикладного використання бізнес моделей в маркетингу [2, 3], дозволяє нам констатувати, що перш за все, потрібно сконцентруватися на побудові моделі бізнес процесу, яка є спрощеною версією об'єкту (прототипу), а також пов'язує у єдину систему певні дії, які повторюються.

Модель бізнес процесу – це опис порядку виконання робіт, які приведуть до досягнення результату. Бізнес-модель представляє собою формалізований через графіку, таблиці, текст, символи, опис бізнес-процесів. У моделі бізнес-аналітик повинен показати всі можливі маршрути виконання процесу. Управління бізнес-процесами породжує необхідність глибокого опису найдрібніших деталей до виконання.

Під терміном бізнес – процес ми будемо розуміти сукупність робіт, які направлені на отримання результату, що постійно повторюється. А проект – це робота, направлена на досягнення одного унікального результату. Для прикладу, у маркетингу: створення сайту – це проект. А покупки в Інтернет магазині – це процес, так як вони здійснюються за однаковою схемою і постійно

повторюються.

Бізнес – процес складається із операцій і подій. Під операцією пропонуємо розуміти одиницю роботи, яка виконується безперервно, на одному робочому місці і над одним об'єктом, який обробляється. Для роботи із моделями бізнес-аналітики будемо вважати, що, операція складається із подій, або набору подій. Виконання операції приводить до якісних змін, а події до кількісних змін. Подія, як правило, ініціює до виконання операції, або є її результатом. Для прикладу, опишемо процес отримання замовлення від клієнта по телефону.

Подія Start – це дзвінок від Клієнта по телефонує.

Подія End – це відправлення запакованого замовлення до Клієнта.

Операція «Перевірити наявність коштів на рахунку клієнта» приводить до прийняття рішення, важливого з точки зору подальшого виконання процесу. Ця перевірка включає ряд подій, але їх індивідуальні результати в подальшому окремо кожен враховуватися не будуть, а тільки кінцеве рішення – «якщо гроші є на карточці, вони списані із рахунку покупця на рахунок продавця, тобто Інтернет магазину».

Кожен процес має унікальну назву. Ця назва повинна складатися із дієслова, яке вказує на роботу, та іменника, який вказує на виріб, що обробляється. А саме, на практиці моделювання сайтів Інтернет магазину, ми записуємо це завдання наступним чином «оплатити товар», «надати послугу».

Список використаних джерел:

1. Kotler F.,Katardzhaia H. Setiavan Y. Marketynh 4.0. Vid tradytsiinoho do tsyfrovoho [Marketing 4.0. From traditional to digital]. Kyiv: Vydavnycha hrupa KM – BUKS. 2019, 224 p.
2. Henryk Kniberg. Scrum and XP from The trenches. How We do Scrum. URL: <https://www.infoq.com/minibooks/scrum-xp-from-the-trenches-2/>
3. Babok. A Guide to the business analysis body of knowledge. International Institute of Business Analysis. Toronto, Ontario, Canada. Version 3.0 published 2015, 514 p.

УДК 330.341

Смирнова Тетяна Анатоліївна, старший викладач
кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
аспірантка PhD 073 Менеджмент
(м. Дніпро, Україна)

БІЗНЕС-ФОРУМИ ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ МАЙДАНЧИК ДЛЯ МЕДИЧНОГО БІЗНЕСУ

Анотація: Актуальність тематики зумовлена вивченням доцільності проведення бізнес-форумів, зокрема в Україні, у медичній сфері для забезпечення стійкого взаємозв'язку з учасниками ринкових відносин.

Ключові слова: електронна комерція, бізнес-модель, цифрова платформа, електронна система, медичні послуги, сфера охорони здоров'я.

Бізнес-форум - подія українського масштабу, яка спрямована на вирішення актуальних завдань загальнонаціонального значення, безпосередньо пов'язаних з питаннями якості та доступності медичних послуг в лікувальних установах різних форм власності.

На масштабному дискусійному майданчику можуть виступати та ділитись досвідом державні та регіональні спікери, успішні керівники провідних медичних організацій українського і міжнародного рівня, представники органів влади, що займаються питаннями охорони здоров'я, керівники медичних освітніх установ, головні лікарі державних і приватних клінік, фахівці з якості та сервісу в сфері медицини. Вони прагнуть донести до учасників ринку свої кращі управлінські практики ведення медичного бізнесу, особистий досвід і інструменти в побудові ефективного менеджменту організації[1].

Український Medical Business Forum із задоволенням відвідують лікарі, які планують відкрити власні кабінети або приватні клініки, топ-менеджери і керуючі партнери медичних компаній. А також туди запрошують розробників медичних стартапів, знакових персон індустрії охорони здоров'я і журналістів. Саме просунення інформації щодо надання новітніх медичних послуг – це складна вкрай важливіша тема управлінських рішень.

Тут початківці або компанії, які хочуть поліпшити свою роботу, можуть отримати від лідерів галузі готові рішення. Їм не потрібно витратити час в дебатах або шукати потрібні відповіді. Фактично, тут вони отримують готові відповіді в рамках готових «кейсів».

Бізнес-структури неодноразово беруть участь у відповідних майданчиках, і спираючись на попередній досвід, із задоволенням діляться ним. На відміну від інших заходів, де домінує офіціоз, на форумах дуже дружня, і навіть домашня атмосфера. Є можливість не просто прослухати доповіді, а й взяти участь у обговоренні. Перед організаторами стоїть складна задача : зібрати хорошу команду спікерів, модераторів та учасників. Зустрічі, присвячені обміну досвідом, грають важливу роль, адже сучасні рішення стають доступними в процесі міжнародного спілкування

Саме цьому повинен сприяти і вибір актуальної тематиці, і сам формат зустрічі. Іноді відсутність жорсткого регламенту дозволяє спікерам висвітлити весь спектр актуальних питань. А з боку аудиторії необхідно створити атмосферу, яка відзначатиме відкритість до нових знань.

Порядок денний включає виступи спікерів, питання-відповіді, знайомства в перервах. Питання до спікерів приймаються з залу і он-лайн. Поширеною практикою є, коли захід транслюється он-лайн, а подивитися його можна, купивши доступ до трансляції. Всі учасники отримують записи аудіо-записи виступів, друковані або цифрові матеріали (в залежності від варіанту участі), презентації та контакти спікерів.

Прямі ефіри з заходів допомагають у ефективній комунікації. Наявність камер, телевізійна знімальна група, режисер і хороший звук - ідеальне якість, яке дозволяє бачити і презентацію і спікера, і колег в залі, які задають питання. Це створює ефект присутності.

Прикладом може бути одноденний тематичний захід, де всі теми присвячені одному напрямку. Напрямок - саме актуальне та затребуване за опитуваннями аудиторії. Корисні матеріали, презентації спікерів і їх контакти,

дипломи - отримують всі учасники.

Саме організатори повинні чудово підбирати тематику, працювати зі спікерами та робити технічно зручний для споживання ефір. В он-лайн форматі там можуть бути доступні спікери, які живуть в Європі, Америці та Азії, а споживати інформацію можуть слухачі з будь-якої точки Землі. Тому он-лайн програми - це безкраї можливості. І саме таке в умовах карантинних заходів дуже корисно й зручне.

Також на таких форумах передбачається корпоративний формат он-лайн програм. Замовник-клініка каже, які саме теми треба "прокачати" співробітникам. Організатори такого форуму готують спікерів, кейси, перевіряють знайдені учасниками рішення. Як підсумковий результат: за один день на таких прикладах співробітники доповнюють свій набір знань, не виїжджаючи з офісу. Бізнес на такій формі може економити, тому що такий формат менш витратний, ніж очне присутність декілька спікерів.

Щодо розповсюдження у мережі Інтернет, то інтерв'ю та вебінари в прямому ефірі на майданчиках форумів у Facebook доходять до 5000 переглядів і це реальна цільова аудиторія[2].

Офіційна, з податками, продажами, маркетингом медицина активними темпами йде в комерцію. Це стимулює подальший розвиток конкуренції. Лікарі поступово йдуть з державного сектора у приватні клініки або в свій бізнес. І лікувати вже мало, потрібно вчитися. Тому швидкими темпами ростуть конференції на бізнес-теми для медичних працівників - це сьогоденні потреби ринку.

Завдяки таким міжнародним форумам, бізнес може дізнатися, що відбувається нового у сусідів, як у них вибудовується система функціонування санаторно-курортного оздоровлення і лікування. У кожного є можливість оцінити стан своєї маркетингової політики, порівняти стратегії та тактичні рішення.

Як висновки, можна підсумувати, що саме на бізнес-форумах, як

комунікаційних майданчиках для медичного бізнесу, усі заохочені знайдуть відповіді у досвідчених осіб на складні управлінські питання:

1. Які інструменти доречно використовувати для збільшення обсягів продажів медичних послуг?

2. Які існують нові джерела прибутковості?

3. Чи є готові рішення підвищення лояльності до медичної установи?

4. Які тренди і рішення, які працюють в DIGITAL (SMM, SEO, інтернет-маркетинг) збільшують прибуток медичних установ?

5. Як підвищити ефективність своїх рекламних кампаній і одночасно економити на рекламних бюджетах?

Список використаних джерел:

1. Перший Байкальський медичний бізнес-форум «Приватна медицина - курс на результат». *Vademecum. Діловий журнал про індустрію охорони здоров'я*. 2019. URL: <https://vademec.ru/news/2019/08/20/pervyy-baykalskiy-meditsinskiy-biznes-forum-chastnaya-meditsina-kurs-na-rezultat/>.

2. Medical Business Forum. Бізнес-конференції нового формату та інші корисні активності для лікарів, топ-менеджерів і тих, хто будує успішний медичний бізнес. URL: <https://medical-business-forum.com/about>.

СЕКЦІЯ 7
СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ПУБЛІЧНЕ
УПРАВЛІННЯ

UDC 331

Li Wei, Ph.D. student,
Department of accounting and taxation
Sumy National Agrarian University
(Sumy, Ukraine)

RESEARCH ON TEACHERS' COMPETENCE FROM THE PERSPECTIVE OF UNIVERSITY FUNCTIONS

Abstract: This article studies the competency model of university teachers from the macro perspective of university functions. It is proposed that the competence structure of university teachers should include basic literacy, educational competence, scientific research competence and social service competence.

Key words: university, teachers, competency model, university functions, scientific research.

In the early 1870s, when consulting companies selected diplomatic personnel for US government agencies abroad, they used the behavioral incident interview method they developed to establish the first competency model and started the research on the competency model. At present, the more classic competency theory models mainly include iceberg model (figure 1) and onion model (figure 2).

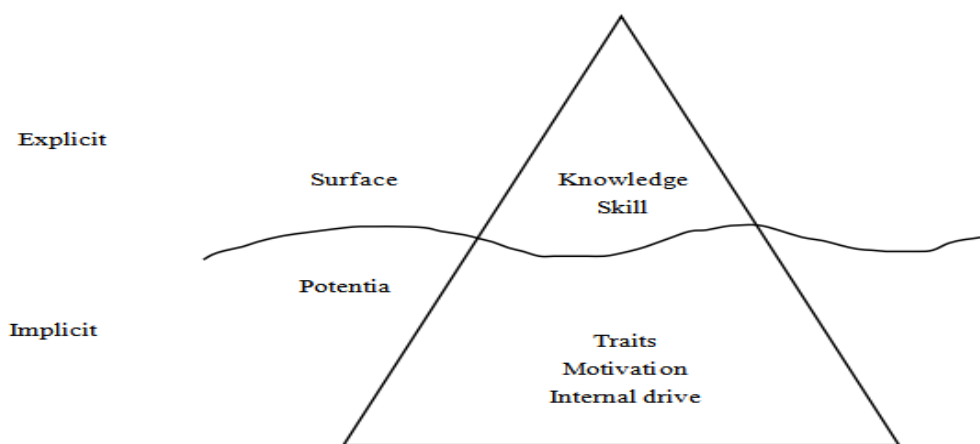


Figure 1. The iceberg model of competence

The iceberg model of competence advocates five types of competence motivation, traits, self-concept characteristics, knowledge and skills. According to this model, "knowledge and skills" seem to be the iceberg visible above the water surface, the easiest to change, "motivation and traits" hidden below the water surface, not easy to touch, and the most difficult to change or develop between the two.



Figure 2. Onion model of competence

Peng Jianfeng's onion model is an interpretation of the iceberg model from another angle. It describes the competency characteristics from the outer layer to the inner layer, from the surface to the inner layer, and deepens layer by layer. The most superficial layer is the basic skills and knowledge, and the inner core content is the individual potential characteristics [1].

On the basis of the above two classic competence model theories, researchers in various fields have carried out more research on competency models. The education field has also carried out more research on teacher competency models. In 2020, Barnard, M (Barnard, Marie), etc., in order to improve teachers' ability to effectively implement technical participation modules in flipped classrooms, established a high school science teacher competency model to evaluate the impact of teachers' professional projects [2]. In 2018, Liu Xingfeng and others constructed a competency feature model of engineering teachers in colleges and universities, and based on this, conducted a principal component analysis of engineering teachers' competence, and then proposed an FQ-T-K three-dimensional function model of the competence of engineering teachers in colleges and universities [3]. In 2020, Peng Feixia, on the basis of fully understanding the teaching mode of the 1+X certificate system, obtained the original data of competence through interviews with 27 experts, and formed the competence of vocational education under the 1+X formal system through coding and relationship structure. The competency structure model found that educational

philosophy, teacher competence, educational research, professional development and personality characteristics are the main categories of the competency structure of vocational education teachers under the 1+X certificate system. On this basis, a model of the competency structure of vocational education teachers has been constructed (pictured) [4].

The above research draws on the iceberg model and onion model of competence, and it is also innovative. The author believes that the above research focuses on model construction from the perspective of individuals, and some researchers have taken into account the requirements of individual abilities of job responsibilities. However, less consideration is given to the requirements of the position and individual competence of more macro-level factors.

University teachers are part of universities, and universities are important organizations in society. The society requires colleges and universities as social organizations to play a certain role, which means that colleges and universities have certain functions. In order for colleges and universities to have such functions, college teachers must also have corresponding competences. Only in this way can the social functions of colleges and universities be implemented in specific tasks. The competence of college teachers depends on the society's definition of the functions of colleges and universities, so we believe that the relationship between the functions of colleges and universities and the competence of college teachers is shown in figure 3.

At present, the functions of universities recognized by the academic circle are: personnel training, scientific research and social service. Based on this, we believe that the competence of college teachers should include: educational competence, scientific research competence, and social service competence. At the same time, as a college teacher, you must also have the most basic level of morality and mental health.

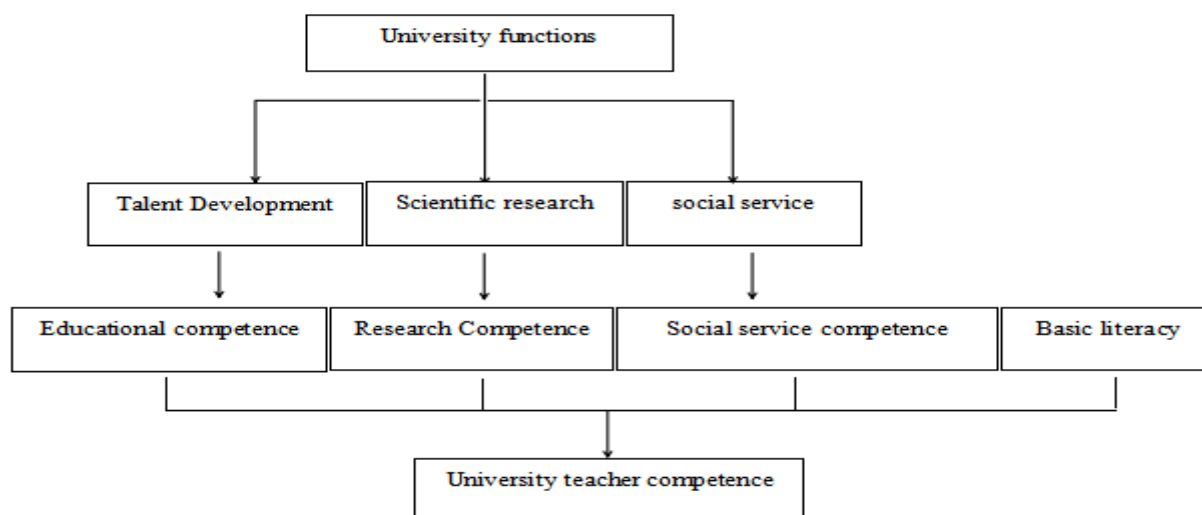


Figure 3. The relationship between university functions and the competence of university teachers

In summary, we propose that the competence structure of college teachers should include: basic literacy, educational competence, scientific research competence and social service competence.

References:

1. Xu Jianping, (2004), "Research on Teacher Competency Model and Evaluation", Dr. Thesis, Basic Psychology, Beijing Normal University, Beijing, China.
2. Carl, J.Sudeck, G. Pfeifer, K., (2020), "Competencies for a Healthy Physically Active Lifestyle-Reflections on the Model of Physical Activity-Related Health Competence", *Journal of Physical Activity & Health*, vol. 17, p. 688–697.
3. Liu Xingfeng, Zhang Anfu, (2018), "Research on the Competency of Engineering Teachers in Colleges and Universities - Model Construction and Empirical Analysis", *Research in Higher Engineering Education*, №. 1, p. 154–158.
4. Peng Feixia, (2020), "Research on the Competency of Engineering Teachers in Colleges and Universities - Model Construction and Empirical Analysis", *Research in Higher Engineering Education*, №. 18, p. 12–18.

Mariia Khim, assistant
of Administrative and Financial Management Department,
Lviv Polytechnic National University
(Lviv, Ukraine)

THE ROLE OF PUBLIC ADMINISTRATION FOR THE SOCIAL SPHERE OF SOCIETY

Summary: The sphere of public administration as a special socio-political institution is studied. The concept of "social efficiency" in the research of foreign and domestic scientists is analyzed and its author's definition is formulated. Criteria for assessing the social effectiveness of public administration are proposed. Recommendations for achieving democratic goals, creating an effective system strategically aimed at the citizen are provided.

Keywords: Public administration, social sphere, social efficiency of public administration, indicators of social efficiency assessment, economic efficiency

The formation of a democratic and social state, focused on meeting the social needs of the population, led to the problem of determining the essence of the effectiveness of public management of the social sphere. The experience of implementing new management strategies in the UK, USA, Canada and several other countries has caused much debate about the prospects of public administration as a special socio-political institution, as it was replaced by a service with unclear legitimacy, responsibility and accountability [2, p. 270]. In the context of market-oriented reforms, the citizen has become a consumer, and the representative of state power has become a service manager. Western researchers assess this phenomenon, on the one hand, as a crisis of traditional institutions of liberal democracy, on the other, as an objectively existing contradiction between economic efficiency and democracy. Therefore, the most relevant in the field of evaluating the effectiveness of public administration is the problem of a harmonious combination of market and public approaches to evaluating efficiency.

In recent years, in foreign and domestic literature there has been a tendency to speak of "social economy" and "social efficiency", contrasting these concepts with the earlier and narrower meaning of efficiency and productivity. Obviously, this is due to

the limited use of market valuation methods in public administration, changing the management paradigm, updating the analysis of social interactions during the management process, as well as the requirement to assess the social effects of management decisions. In the works of foreign scholars, the concept of "social efficiency", in most cases, is used as a kind of alternative to economic efficiency and productivity. In their opinion, the concept of "social efficiency" is designed to emphasize the social essence of the management process, to humanize the image of the management organization. Another approach to the interpretation of "social efficiency", which is also quite common in the literature, connects this phenomenon with the effective social policy of the state, the creation and distribution of public goods [3, p. 105].

There is another narrower approach to the interpretation of the term "social efficiency". Social efficiency in this case is defined as the difference between the product produced by the state and the cost of society for its maintenance [1, p. 15].

Thus, the general concept of "social efficiency" is based on the following basic provisions:

- the social effectiveness of public administration is to reduce political uncertainty at the macro level, formulate clear "rules of the game" and monitor their implementation;

- the level of social efficiency directly depends on the investment of society in building the capacity of the state, which is defined as "the ability to effectively conduct and promote collective action";

- a key way to increase the potential of the state and, accordingly, social efficiency as a result of using this potential, is to create an effective system of norms and rules that clarify social interactions and limit risks [4, pp. 98-99].

The result of public administration in any state is a certain behavior of the subjects on which the management decisions were directed, their satisfaction with the implemented public policy. Thus, to assess the social effectiveness of public administration, it is advisable to be guided by three indicators:

- 1 - an indicator for assessing the impact of economic costs on the implementation of management decisions in terms of their social significance, which allow to assess the approval by citizens of social regulation measures at the state level;

- 2 - an indicator that allows you to estimate the number of subjects for which any element of the social sphere can be used by people. With limited access of social actors to the element of social infrastructure for which it is intended, we can not talk about a high level of social efficiency.

- 3 - an indicator of civic loyalty, which reflects how the population is satisfied with public management of the social sphere.

These criteria of social efficiency of public administration can be used by public authorities in the development, organization and implementation of management decisions, the development of public policy. Such criteria also can be used for assessing the effectiveness of their activities, but it is also worth noting that social and economic efficiency are directly interdependent. Thus, an economy that functions and develops effectively will directly "work" for the development of society and will serve as a basis for a comprehensive solution to social problems. At the same time, the resources that are spent on meeting public interests and needs, eventually return in the form of social activity of citizens. As a result, high social efficiency of public administration is a catalyst for effective economic development. Therefore, one of the main tasks of public administration in the social sphere is to meet social needs through the optimal allocation and use of resources, in order to maximize social utility.

References:

1. Libanova E. (2015). *Human development in Ukraine. Modernization of social policy: regional aspect*. Kyiv: M. V. Ptukha Institute of Demography and Social Research of the National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian].

2. Nikolina I. (2013). Theoretical foundations of rating management of social development of the region. *Universytetski naukovi zapysky*. № 2. Pp. 267-272 [in Ukrainian].

3. Prykhodchenko L. (2009). The structure of the mechanism of public

administration: the relationship of components and factors influencing efficiency. *Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy*. № 2. pp.105-111 [in Ukrainian].

4. Yaremenko O. (2005). The concept of creating a comprehensive mechanism for the formation and evaluation of the effectiveness of social policy in the period of transformation of Ukrainian society. *Ukrainskyi sotsium*. № 5/6. pp. 92-101 [in Ukrainian].

УДК 621.3: 519.2

Абаев В. А., к.э.н., доцент,
доцент департамента математики
Финансовый университет при Правительстве РФ
Садыкова З.Ф., к.э.н., доцент,
доцент департамента математики
Финансовый университет при Правительстве РФ

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ЭКСПЕРТНЫХ ДАННЫХ ДЛЯ ОЦЕНКИ РИСКОВ НЕЧЕТКИМИ СИСТЕМАМИ

Аннотация: Для решения трудно формализуемых задач в условиях нечеткой и неполной информации нами предлагается методический подход с использованием специальных разделов теории нечетких множеств: нечетких чисел и нечеткой арифметики. Для определения границ нечеткого числа (мощность нечеткого числа) и параметров функции принадлежности мы использовали экспертную группу.

Ключевые слова: Экспертная группа, компетентность эксперта, коэффициент конкордации, хи-квадрат Пирсона, Statistica 8.0.

Методы обработки групповых мнений и принятия коллективных решений есть общее определение для разнообразных методов построения некоего коллективного мнения по совокупности индивидуальных мнений или предложений - голосование, проведение опроса или проведение экспертизы.

Совокупность опрашиваемых участников процесса принятия решений называется экспертной или референтной группой, а для оцениваемых объектов принято использовать термин факторы.

Выбор пяти уровней оценки обусловлен тем, что, к примеру, выбор трех градаций (низкий, средний и высокий уровень), был бы недостаточным для более полной дифференциации параметров выбора вариантов роста, а большее число градаций (например, 10) сделало бы таблицы излишне громоздкими для данного исследования и потребовало бы сбора дополнительной информации.

Установление оптимальной численности группы экспертов производится с использованием формализованного подхода с учетом минимальной и максимальной границ ее численности. Рекомендуемое число экспертов, при условии обеспечения ошибки результата не более $\sigma\{0\langle\sigma\langle 1\rangle\}$, может быть

определено по формуле:

$$K = 2,5 + 1,5 / \sigma \quad (1)$$

Верхняя граница численности экспертной группы определяется следующим образом:

$$K_{\max} = 1,5 \times \sum_{i=1}^n Y_i / Y_{\max} \quad (2)$$

где Y_i – компетентность i -го эксперта, рассчитываемая на основе анкеты самооценки;

Y_{\max} – максимально возможная компетентность по используемой шкале компетентности экспертов.

Оценку компетентности предлагается проводить на основе шкалы, каждый балл которой определяется с помощью выбора соответствующих характеристик, оценивающих квалификацию эксперта. Перечисленные характеристики лучше всего оценивать по десятибалльной шкале, разработанной специально для конкретного экспертного опроса (табл. 1).

Таблица 1

Анкета для оценки компетентности эксперта

Характеристика	Оценка	
	тип	баллы
1. Занимаемая должность - руководитель организации - заместитель руководителя организации - руководитель подразделения - ведущий специалист	объективная	10
		8
		6
		4
2. Уровень образования - кандидат наук - высшее образование - средне-профессиональное - среднее	объективная	10
		8
		5
		3
3. Стаж работы - более 10 лет - от 5 до 10 лет - от 3 до 5 лет - до 3 лет	субъективная	10
		9
		7
		4
4. Степень участия в решении проблемы - специализируется по данному вопросу - участвует в практическом решении данного вопроса - вопрос входит в сферу, связанную с его специализацией - вопрос не входит в сферу, связанную с его специализацией	субъективная	10
		8
		5
		1

Полученные характеристики следует свести в один показатель, характеризующий компетентность эксперта по данному вопросу:

$$Y_i = Y_{i0} * Y_{ic} / 100, \quad (3)$$

где Y_{i0} – объективная оценка;

Y_{ic} – субъективная оценка.

Деление на 100 нужно для приведения диапазона изменения Y_i к виду $0 < Y_i \leq 1$. Тогда показатель компетентности эксперта можно трактовать как вероятность задания им достоверной оценки.

Пусть таблица результатов оценки n объектов состоит из k строк и n столбцов. В строках записываются k ранжированных переменных, причем объем выборки равен n . Строки таблицы можно рассматривать как k связанных выборок объема n . Связность выборок следует из того, что выборки суть – повторные наблюдения на одних и тех же n объектах. Если объекты не различаются между собой, суммы рангов по столбцам также не будут различаться. Нулевая гипотеза H_0 : между столбцами нет различия – проверяется с помощью статистики Фридмана F .

Выборочное значение статистики F , F_B вычисляется по формуле

$$F_B = \frac{12}{k \times n \times (n+1)} \times \sum_{j=1}^n \left[\sum_{i=1}^k R_{ij} - \frac{1}{2} \times k \times (n+1) \right]^2 = \frac{12}{k \times n \times (n+1)} \times \sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^k R_{ij} \right)^2 - 3 \times k \times (n+1) \quad (4)$$

где R_{ij} – ранг j -го объекта, присвоенный i -м экспертом.

Если гипотеза H_0 верна, то при $k \rightarrow \infty$ статистика F имеет распределение хи-квадрат с $(n-1)$ степенями свободы.

Гипотеза H_0 отклоняется на уровне значимости α , если

$$F_B > \chi_{1-\alpha}^2(n-1), \quad (5)$$

где $\chi_{1-\alpha}^2(n-1)$ – квантиль распределения $\chi^2(n-1)$ порядка $1-\alpha$.

Мерой согласия различных ранжировок n объектов является коэффициент

конкордації (согласия) Кендалла W :

Коэффициент конкордації W лежит в пределах: $0 \leq W \leq 1$. $W = 1$ тогда и только тогда, когда все k ранжировок совпадают. Статистическая значимость проверяется на основе того, что статистика $k \times (n+1) \times W$ при $k \rightarrow \infty$ имеет (приближенно) распределение хи-квадрат с $(n-1)$ степенями свободы.

В случае, когда в ранжировках (в строках таблицы) имеются совпадающие ранги, вычисляется скорректированная статистика F' :

$$F' = \frac{\sum_{j=1}^n \left[\sum_{i=1}^k R_{ij} - \frac{1}{2} \times k \times (n+1) \right]^2}{\frac{1}{12} \times k \times n(n-1) - \frac{1}{n-1} \times \sum_{i=1}^k T_i}, \quad (6)$$

где $T = \frac{1}{12} \times \sum_{t=1}^m \left[(n_t)^3 - n_t \right], i = 1, 2, \dots, k$.

Здесь m – число групп повторяющихся рангов в i -ой ранжировке, n_t – число совпадающих рангов в группе с номером t , $t = 1, 2, \dots, m$.

Уровень значимости значимости определяется по формуле:

$$p = P \left[\chi^2(n-1) > F_B \right]. \quad (7)$$

Среднее значение рангового коэффициента корреляции Спирмена \bar{r}_s вычисленное как среднее по всем возможным парам ранжировок (число пар равно $\frac{k \times (k-1)}{2} = C_k^2$):

$$\bar{r}_s = \frac{k \times W - 1}{k - 1}. \quad (8)$$

Таблица результатов расчетов статистики Фридмана пакета Stantistica 8.0 приведена в таблице 2, на рисунке 1.

Friedman ANOVA and Kendall Coeff. of Concordance (Spreadsheet17)						
ANOVA Chi Sqr. (N = 6, df = 4) = 23,33333 p = ,00011						
Coeff. of Concordance = ,97222 Aver. rank r = ,96667						
Variable	Average Rank	Sum of Ranks	Mean	Std.Dev.		
Var1	1,000000	6,00000	5,91667	0,487511		
Var2	2,000000	12,00000	7,46667	0,717403		
Var3	3,166667	19,00000	9,98333	1,819249		
Var4	3,833333	23,00000	12,50000	1,154123		
Var5	5,000000	30,00000	14,90000	1,673320		

Рис. 1. Значения оценок согласованности мнений экспертов

Поскольку расчетное значение критерия Пирсона – χ_p^2 больше табличного, то можно утверждать, что мнения экспертов относительно важности и приоритета факторов в каждой группе согласуется не случайно.

Таблица 2

Статистика критерия W коэффициента конкордации Кенделла

N – Число упорядочений (количество экспертов)	6
W – Статистика Кенделла	0,97222
χ_p^2 – Хи-квадрат	23,3333
df – Число степеней свободы	4
Асимптотическая значимость	0,00011

Согласно расчетам $\chi_p^2 = 23,3333$. Табличное значение критерия для степеней свободы – 5 и уровня значимости $\alpha = 0,001$ равно $\chi_T^2 = 13,277$. Поскольку $\chi_p^2 > \chi_T^2$, то гипотеза о согласованности мнений экспертов принимается.

А данные полученные от экспертов могут быть использованы в исследовании. Расчеты проведены с использование программного комплекса Statistica 8.0. [1, с.150]

Список использованных источников:

1. Вуколов Э.А. Основы статистического анализа. Практикум по статистическим методам и исследованию операций с использованием пакетов STATISTICA и EXCEL: Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2020. 464 с.

УДК 331.101.3

Л. Балаш, к.е.н., доцент
кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту
Львівський державний університет безпеки життєдіяльності
(м. Львів, Україна)

О. Лисюк, к.е.н., доцент
кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Львівський національний аграрний університет
(м. Дубляни, Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ЯК СПОСОБУ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація: Досліджено організацію мотивації праці, та висвітлено, що зростання ефективності виробництва здійснюється не тільки шляхом високого технічного забезпечення, поліпшення умов і організації праці та інших заходів, а і за рахунок особистого фактора. Обґрунтовано важливість удосконалення організації мотивації для сільськогосподарського виробництва. Визначено оптимальне поєднання потреб, інтересів і заохочень, як матеріальних, так і моральних та їх вплив на зростання задоволеності працівника своїм життям, роботою і трудовою активністю.

Ключові слова: мотивація, працівник, продуктивність, ефективний менеджмент, управлінська функція.

Мотивація - це сила, яка спонукає індивіда до досягнення конкретних потреб або бажань, треба вміти розуміти основний процес і концепції.

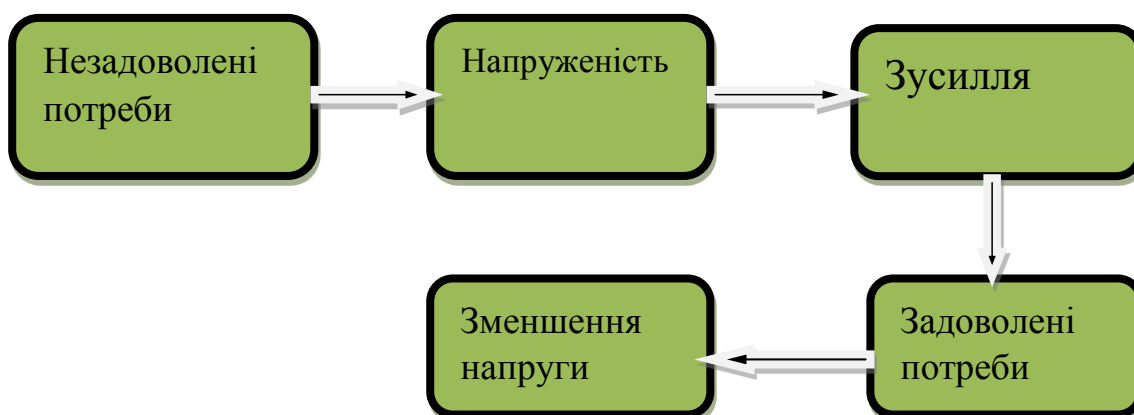


Рис. 1. Мотиваційний процес

Наведена вище схема пояснює, що в процесі мотивації працівник передусім відчуває себе незадоволеним потреба (мотив), після якої виникає напруга, тому що він або вона відчуває занепокоєння щодо незадоволеного бажання цього.

Потім людина спрямовує свої зусилля на задоволення цієї конкретної

потреби і тут робиться спроба поведінки людини до задоволення незадоволених потреб. Здатність особи, яка задовольняє свої потреби, залежить від інтенсивності, спрямованості та наполегливості своїх зусиль. Коли зусилля призвели до задоволення потреби, напруга зменшується.

Продуктивність, що є функцією мотивації працівників, стала вирішальним фактором успіху компаній у сучасному світі. Відповідно до управління діяльністю - це діяльність які впроваджуються, щоб постійно судити про поведінку і діяльність працівників для забезпечення цілей. Комплексна система аналізу продуктивності може забезпечити основою для прийняття ключових управлінських рішень, таких як розподіл обов'язків, підвищення кваліфікації та потреб розвитку. Важливо також, щоб члени організації розуміли саме те, що від них очікується, і рівень, на якому буде вимірюватися їхня продуктивність і результати. [2, 56с.]

Більшість менеджерів завжди помиляються, намагаючись мотивувати своїх підлеглих, перш ніж дізнатися про це що ці підлеглі дійсно хочуть на своєму робочому місці. У наступному пункті ми розглянемо які речі працівники хочуть, і коли вони досягаються, працівники мотивовані ставити їх на краще.

Коли працівники виконують ті ж завдання, що йдуть за тими ж процедурами щодня, їхні дії зведуться до невітного. Це тому, що їм нудно. Розумний роботодавець повинен переробити роботу відтак працівники будуть нудьгувати. Робота розширення стосується збільшення різноманітних завдань, до яких входить робота, навіть якщо це не збільшує викликів у завданнях. Розширення роботи зменшує частину монотонності в завданні. Ротація робочих місць забезпечує тимчасове призначення людей на різні робочі місця або завдання. Через це, інтереси працівників відновлюються, і в той же час компанія отримує вигоду від диверсифікованого або перехресного навчання робочої сили. Це не тільки збільшує різноманітність завдань, але й забезпечує працівників більшим авторитетом і відповідальністю. Збагачення робочих місць покращить мораль і продуктивність працівників. Створення гнучкого часу. Гнучкий час дозволяє

співробітникам встановлювати і керувати своїми робочими годинами. Це деякі вигоди, які отримує людина, в силу того, що він чи вона є працівником цієї організації, і має право конкретної позиції.

Мотивація, здається, є легкою управлінською функцією в книгах, але насправді вона є більш складною. Наступні причини обґрунтовують, чому мотивація є важкою роботою. Однією з головних причин, чому мотивація є складним завданням, є динамічна робота, що постійно змінюється. [4, 96с.]

Співробітники стають частиною організації з різними потребами та очікуваннями. Більше того, співробітники мають різні погляди, переконання, цінності, передумови і різні способи мислення, але організація не усвідомлює цього різноманіття в своїй робочій силі і тому не розбирається з диверсифікованим мотиваційним планом для задоволення вимог їх робочої сили. Мотив працівника не видно одразу, але їх можна припустити. Наприклад, два працівники в організації з однаковим віком, рівнем кваліфікації та рівним досвідом роботи буде працювати по-різному тільки тому, що те, що мотивує одного, може не мотивувати іншого. Непередбачуваний характер потреб також є перешкодою для менеджерів у мотивації його робочої сили.

Список використаних джерел:

1. Бутко М.П. Теорія прийняття рішень: підручник затверджений МОН України: 2015, 360 с.
2. Василенко В.А. Теорія і практика розробки управлінських рішень: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2013. 420 с.
3. Баєва О.В. Основи менеджменту: практикум: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 524 с.
4. Бесєдін М.О. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): підручник. К.: Центр видавничої літератури, 2005. 496 с

УДК 005.93

О. О. Банашко, здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова (м. Хмельницький, Україна)

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація: У статті розглянуті основні підходи до управління підприємством. Також обґрунтовано необхідність впровадження цих підходів до організації виробництва, що дозволяє збільшити конкурентноздатність та рентабельність.

Ключові слова: управління, підходи до управління, ситуативний підхід, системний підхід, процесний підхід, процес управління.

Сьогодні ринок характеризується швидкими темпами розвитку. Тому, для того щоб підприємство не втратило конкурентні позиції, потрібно вдатися до дієвих підходів організації менеджменту, а саме до системного, процесного та ситуаційного.

Дослідженням даної теми займалися такі вчені, як: М. Гвоздь, К. Дідур, О. Єфімова, О. Захаркін, М. Калинтенко та інші.

Метою даної статті і взагалом дослідження є розкриття основних підходів управління в менеджменті.

Виклад основного матеріалу. Відомо три основних підходи, що внесли суттєвий вклад у розвиток теорії та практики управління: системний, процесний та ситуаційний.

Системний підхід розглядає організацію як складний комплекс взаємозалежних і взаємодіючих перемінних. Системний підхід виник з одного боку – в результаті узагальнення досвіду фахівців з дослідження операцій, а з іншого – внаслідок розвитку загальної теорії систем, теорії автоматичного регулювання і управління, а також кібернетики [2, ст. 11].

Системний підхід припускає, що кожний з елементів, що складають систему, мають певні власні цілі. Однак суть системного підходу - забезпечити підвищення ефективності роботи організації в цілому.

Особливості системного підходу зводяться до наступного:

- чітке визначення цілей і встановлення їх ієрархії;
- досягнення найкращих результатів при найменших витратах шляхом використання інструментів порівняльного аналізу і вибору способів досягнення поставлених цілей;
- широка всебічна оцінка всіх можливих результатів діяльності з використанням кількісної інтерпретації цілей, визначенням методів і засобів їх досягнення [4].

Ситуативний підхід виходить із можливості застосування різних методів управління залежно від їх ефективності в конкретній ситуації. Він безпосередньо пов'язаний із ситуативним управлінням, яке передбачає застосування наборів стандартних рішень, рекомендацій та сценаріїв у певних ситуаціях. Дуже важливою обставиною є розгляд ситуативного підходу як безпосередньої сполучної ланки між сучасним станом науки управління та її майбутнім, що значною мірою створює умови її розвитку. З цього погляду такий підхід є однією з основоположних ідей сучасного управлінського мислення [1, ст. 134].

Процесний підхід трактує управління як серію безпосередніх взаємопов'язаних дій. Ці дії, кожна з яких сама по собі вже є процесом, значною мірою визначають успіх діяльності організації. Вони дістали назву "управлінські функції". Кожна управлінська функція — це також процес. Отже, процес управління являє собою суму всіх функцій.

Процес управління містить функції планування, організування, мотивації, контролювання та регулювання. Цих п'ять первинних функцій управління поєднані з процесами комунікацій та прийняття рішень. Керівництво (лідерство) - це самостійна діяльність[3].

Процесний підхід як концепція управлінської думки був вперше запропонований класичної (адміністративної) школи управління, яка сформулювала і описала зміст функцій управління як не залежать один від одного. Даний підхід з позицій школи науки управління розглядає функції

управління як взаємопов'язані. М. Х. Мескон дає наступне визначення процесного підходу: "Процесний підхід до управління - підхід... базується на концепції, згідно з якою управління є безперервна серія взаємопов'язаних дій або функцій" [2].

Підсумовуючи вищесказанне можна стверджувати, що для руху вперед менеджерам необхідно усвідомити необхідність у використанні управлінських підходів у їхній роботі. Адже ці підходи дають змогу ефективно організувати роботу підприємства за для досягнення конкретних цілей.

Список використаних джерел:

1. Ковбасюк Ю. В., Ващенко К. О., Сурмін Ю. П., Бакуменко В. Д., Білинська М. М., Ігнатенко О. С. Державне управління. К.: Дніпропетровськ, 2012. С. 134

2. Писаревський І.М., Нохріна Л.А., Познякова О.В. Менеджмент організацій: навчальний посібник. Харків. 2008. С. 11.

3. Запара Л. А. Основні підходи до управління. *Агросвіт*. 2015. № 20.

4. Підходи до управління: системний, процесний, ситуаційний
URL: https://studme.com.ua/1397020512624/menedzhment/podhody_upravleniyu_sistemnyu_protsechnyy_situatsionnyu.htm

*Науковий керівник: В. Е. Кудельський, к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування*

УДК: 336.016

Білявський В.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Національний авіаційний університет
Дацюк В.Г., оптимізатор пошукових систем (SEO) у Govitall
(м. Київ, Україна)

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: в сучасних умовах господарювання перед підприємствами постають проблеми підвищення конкурентоспроможності. Впровадження інновацій потребує залучення додаткових ресурсів. Тому, виникає потреба у залученні інвестицій за допомогою розробки організаційно-економічного механізму управління інноваційно-інвестиційними процесами.

Ключові слова: інновації, інвестиції, інвестиційний проєкт, інноваційно-інвестиційні процеси.

Для побудови організаційно-економічного механізму управління інноваційно-інвестиційними процесами необхідно визначити послідовність дій, виділити точки прийняття інноваційно-інвестиційних управлінських рішень і розробити систему критеріїв їх оптимізації.

У запропонованій структурі слід виділити такі основні блоки, як:

- формування оптимального інвестиційного портфелю;
- вибір інвестиційного проєкту;
- проведення розрахунку грошових потоків інвестиційного проєкту.

Дослідження розпочинається з проведення комплексного аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища суб'єкта господарської діяльності, визначення його імовірнісних можливостей і загроз подальшого розвитку, а також оцінка його сильних і слабких сторін. Наразі, аналіз внутрішнього середовища здійснюється не тільки з метою попереднього формування напрямів і стратегії розвитку, але й з тим, щоб виділити «...обмежувальні чинники, які необхідно врахувати при прийнятті інвестиційного управлінського рішення» [1, с.130]. Наприклад, для торговельного підприємства серед подібних обмежень

можна виділити «...мінімальну ціну реалізації, яка залежить від закупівельної ціни; максимальну суму реалізації, яка визначається попитом; максимальний обсяг продажів, що залежить від ємності ринку, його насиченості та конкурентної позиції компанії» [2, с.117–118].

Наступним етапом, вищезазначеного механізму управління, йде постановка мети інноваційно-інвестиційних процесів. Безумовно, основною метою будь якого підприємства є максимізація прибутку. Однак, для звуження спектру його діяльності, вона має бути конкретизована відповідно до обраної стратегії. Серед основних цілей підприємств можна виділити: розширення частки ринку, максимізацію прибутковості, формування лояльності покупців тощо. Основна ж мета має бути структурована таким чином, щоб ні одна з її важливих складових не була проігнорована.

Необхідно відзначити, що після вибору основної мети, слід формувати декілька альтернативних способів досягнення поставленої мети. Якщо ж її досягнення потребує реалізації декількох відносно самостійних проєктів, то їх доцільно об'єднати у портфель інвестиційних проєктів [3]. Альтернативні методи досягнення мети формують мережу варіантів інвестиційних портфельів підприємства. Наступним кроком імплементації вищезазначеного механізму є реалізація наступних блоків дослідження, а саме: розрахунок грошових потоків за інвестиційними проєктами, оцінка їх ефективності, прийняття інвестиційного рішення щодо розглянутих проєктів або відмову від їх реалізації.

Варто зауважити, що після відбору слід формувати портфель інвестиційних проєктів і їх подальшу оптимізацію. Якщо даний портфель не відповідає обмеженням щодо цієї умови, то менеджменту підприємства слід повернутися до формування нових альтернативних проєктів.

Як наслідок, після закінчення оптимізації здійснюється реалізація окремих проєктів та проводиться їх контролінг. В процесі реалізації останнього необхідно регулярно відслідковувати «...зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі, порівнювати їх з параметрами проєкту, при необхідності, скореговувати план

управління проектом та оцінити доцільність його реалізації» [4, с.40–43].

Завершальним етапом механізму управління інноваційно-інвестиційними процесами є обробка інформації, що стосується проекту, особливостей його реалізації, формування висновків і передачею інформації у банк даних за проектами. В майбутньому ця інформація може бути використана при реалізації аналогічних інноваційно-інвестиційних програм.

Таким чином, використання запропонованого організаційно-економічного механізму управління інноваційно-інвестиційними процесами сприятиме мінімізації помилок, які виникають при прийнятті інвестиційних управлінських рішень. Наслідком цього стане підвищення ефективності інноваційно-інвестиційних процесів на підприємствах.

Список використаних джерел:

1. Білявський В.М., Шепута М.М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості. *Інноваційна економіка*. 2017. № 11–12 (72). С. 129–134.
2. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Київ : Академвидав, 2006. 463с.
3. Білявський В.М., Шепута М.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 1'2018. № 38. С. 131–140.
4. Яненкова І.Г. Організаційно-управлінські ресурси інноваційного розвитку економіки: методологія та практика : монографія. Миколаїв : Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2012. 380с.

УДК: 005.93:334.72

Білявський В.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Литвин Д.В., студентка
Національний авіаційний університет
(м. Київ, Україна)

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: використання робочого часу безпосередньо пов'язане з досягненням певного комерційного результату, традиційно воно розглядається в науці трудового права як «час, що належить роботодавцю». Час же відпочинку, в свою чергу, є часом, в якому перш за все зацікавлений працівник.

Ключові слова: тайм-менеджмент, організаційний розвиток, організаційні зміни, інновації, персонал.

Основні стратегії управління спрямовані на організацію інтенсивних тренінг-груп з розвитку тимчасового сприйняття і оптимізації процесу управління індивідуальним часом, тобто чим ефективніше інвестуєш у свій час, тим успішніше презентуєш себе в корпоративному співтоваристві. Поряд з цими стратегіями останнім часом став широко розповсюджуватися підхід, розроблений Бостонською консалтинговою групою, що отримав назву «*time-based management*», або «управління часом бізнес-циклів». Стратегії та методи, які він використовує, походять ще від епохи Форда: компанія, яка обслуговує клієнтів швидше, аніж її конкуренти, динамічніше розвивається і є більш рентабельною. Цей підхід спрямований на оптимізацію процесу управління часом на рівні всього підприємства [1].

В даний час висловлювання «кадри вирішують все» набуває другого дихання, тому для ефективної роботи підприємства необхідне формування цілісної концепції управління персоналом, в центрі якої знаходиться людина з її цінностями, поглядами і переконаннями.

У контексті організаційного розвитку підприємства впровадження концепції тайм-менеджменту доцільно сприймати, як організаційну зміну на

підприємстві. В сучасних умовах бізнесу важко уявити підприємство, яке могло б досягти успіху в довгостроковому періоді без проведення змін будь якого масштабу [2].

Під організаційними змінами зазвичай розуміють введення в організаційний механізм і систему управління підприємством нових організаційно-управлінських рішень, форм, моделей поведінки, що змінюють вихідні характеристики організаційних процесів. Рушійні сили організаційних змін існують у зовнішньому і у внутрішньому середовищі підприємства. Зовнішні сили (покупці, конкуренти та інші фактори) і внутрішні сили (плани, цілі, проблеми і потреби підприємства) в результаті оцінки можливостей і проблем призводять до розуміння керівництвом необхідності проведення зміни.

На вибір характеру і виду організаційних змін впливають унікальний для кожного підприємства набір факторів впливу, необхідний темп здійснення зміни, стан силового поля (співвідношення сприяють і протидіють проведенню зміни сил). До основних видів організаційних змін можна віднести [3]:

- зміну організаційної структури;
- зміну істотних елементів технології управління;
- перерозподіл повноважень і відповідальності в межах існуючої організаційної структури;
- зміну організаційної культури (підвищення сприйнятливості до нового, культури використання знань, вдосконалення навичок навчання, розвиток здатності адаптації до змін, покращення внутрішніх взаємин);
- зміну якості управління знаннями (оновлюваність знань, рівень методичного забезпечення діяльності);
- зміну інформаційно-комунікаційної підсистеми підприємства (інформаційна логістика, зміна характеристик інформаційної системи підприємства);
- зміну підсистеми відбору, ротації, оцінки персоналу підприємства;
- зміну підсистем мотивації.

Для вдосконалення процесу управління організаційними змінами на підприємстві можна запропонувати реалізацію таких заходів [4]:

1. Стандартизувати процес управління організаційними змінами на підприємстві.

2. Організувати регулярний моніторинг зовнішніх і внутрішніх рушійних сил організаційних змін. Завдання – забезпечити своєчасне розуміння керівниками необхідності проведення змін.

3. Визначити політику впровадження організаційних змін, найбільш доцільну для підприємства в умовах, що склалися.

4. Створювати команду проєкту по впровадженню організаційних змін, наділивши її необхідними повноваженнями для досягнення цілей.

5. Виконувати планування майбутнього організаційного зміни в рамках проєкту, обговорювати можливі варіанти, сценарії і наслідки реалізації змін. При цьому доцільно визначати не лише терміни впровадження, але і період «засвоєння» зміни.

6. Оцінювати взаємозв'язок майбутніх змін з іншими змінами, завданнями підприємства на плановий період.

7. Аргументовано пояснювати колективу причини, сутність і очікувані наслідки впровадження змін. Потрібно переконатися, що більшість співробітників засвоїли напрямок і майбутній обсяг змін.

8. Проводити фіксацію параметрів впливу впровадження змін на ефективність процесів, що реалізуються на підприємстві. При негативному впливі зміни слід вчитися приймати непопулярні рішення, аж до відмови від подальшої реалізації проєкту.

9. По завершенні проєкту необхідно проводити аналіз цільової ефективності проєкту, визначати основні причини невдач.

Впровадження технології тайм-менеджменту на підприємстві передбачає взаємозалежне раціональне управління виробничим процесом і робочим часом всього персоналу. Ефективність цього управління полягає не в швидкості

виконання завдань, а в правильному розподілі сил і можливостей конкретного підприємства.

У сучасних умовах розвитку підприємств не розроблено та навіть не сформульованого абсолютно універсального та справедливої системи показників, що здатні передати реальний рівень розвитку персоналу. Звичайно, нагальність потреби всебічного розвитку працівників є актуальною, проте постійно виникають питання щодо вибору правильних показників та визначення критеріїв їх оцінки.

Таким чином, більш доцільним постає всебічний аналіз підходів щодо визначення рівня розвитку персоналу, що застосовувались у вітчизняних і закордонних практиках підприємств.

Список використаних джерел:

1. Писарівська А.І. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом. *Вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. С. 148-153.
2. Biliavskyi V., Biliavska J. Evaluation of personal career management efficiency of trade enterprise employees. *Canadian Journal of Science and Education*. 2014. № 2 (6). P. 684–695.
3. Калініченко Л.Л., Гаврилова А.О. Особливості впровадження тайм-менеджменту на підприємстві. *Молодий вчений*. № 44.4. 2017. С. 60-63.
4. Білявський В.М., Шепута М.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 1'2018. № 38. С. 131–140.

УДК 331.4 : 351.74 : 005.2

Вайда Тарас Степанович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри спеціальної фізичної та вогневої підготовки
Херсонського факультету,
Одеський державний університет внутрішніх справ
Круглик Микола Іванович, старший викладач кафедри безпеки
життєдіяльності та професійно-прикладної фізичної підготовки
факультету суднової енергетики,
Херсонська державна морська академія
(м. Херсон, Україна)

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗПЕКИ ОСОБОВОГО СКЛАДУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ ТА ЗАХОДИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ЦЬЙ СФЕРІ

Анотація: У пропонованій роботі розглянуто актуальні для правоохоронних органів проблеми – необхідність удосконалення сучасного менеджменту та підвищення ефективності організації публічного управління в сфері забезпечення безпеки особового складу Національної поліції України.

Проаналізовано нормативно-правову базу з вище зазначених питань, конкретизовано основні напрямки професійної підготовки поліцейських у ЗВО в частині дотримання особистої безпеки, визначено необхідність удосконалення управління безпекою працівників органів та практичних підрозділів НПУ.

Уточнено обов'язкові елементи менеджменту безпеки (аналіз потенційного негативного впливу зовнішнього середовища на працівників поліції; забезпечення оперативності адаптації до нього (негативного впливу) правоохоронців за допомогою системи розроблених профілактичних заходів).

Ключові слова: Національна поліція України, особовий склад, безпека, менеджмент, публічне управління, нормативно-правова база

Розробка та реалізація заходів забезпечення безпеки особового складу Національної поліції України (*далі* – НПУ) постійно здійснюється Міністерством внутрішніх справ (*далі* – МВС) нашої держави. Правове регулювання безпеки особового складу поліції розроблено досить ґрунтовно і дозволяє забезпечити надійний правовий захист життя, здоров'я, майнових і особистих інтересів працівника органів та підрозділів НПУ, його близьких, якщо цими нормами законодавства керуватись грамотно [1; 2].

Публічне управління безпекою особового складу НПУ здійснюється на основі Конституції України [2], законів України «Про Національну поліцію» [1],

«Про оперативно-розшукову діяльність» [3], «Про державний захист працівників суду і правоохоронних органів» [4], «Про забезпечення безпеки осіб, які беруть участь у кримінальному судочинстві» [5] та ряду інших нормативно-правових актів («Про пенсійне забезпечення осіб, звільнених з військової служби, та деяких інших осіб», «Про Національну гвардію України», «Про надзвичайний стан», «Про організаційно-правові основи боротьби з організованою злочинністю», «Про державну службу» та ін.).

Основні заходи щодо забезпечення особистої безпеки поліцейського повинні здійснюватися як у плановому порядку, так і оперативно (відповідні способи дій та реагування поліцейського у конкретній екстремальній ситуації, яка може виникнути в зв'язку з виконанням працівником поліції своїх службових обов'язків).

З цією метою в усіх навчальних закладах МВС України в системі професійної підготовки працівників НПУ викладаються навчальні дисципліни «Безпека життєдіяльності та охорона праці» (для слухачів заочної форми навчання) та «Особиста безпека поліцейського» (для курсантів денної форми навчання). Мета вивчення цих курсів полягає у засвоєнні працівниками НПУ теоретичних та практичних навичок, необхідними для: 1) створення безпечних умов виконання службових завдань та дотримання нешкідливих умов життєдіяльності; 2) прогнозування та прийняття обгрунтованих рішень щодо захисту особового складу від можливих наслідків злочинних дій, аварій, катастроф, стихійного лиха, а також поведінки під час ліквідації цих наслідків; 3) проектування, розробка та впровадження в діяльність органів та підрозділів НПУ нових тактично, технічно, енергетично ефективних зразків техніки, сучасного озброєння відповідно до вимог особистої безпеки, екології та техніки безпеки експлуатації; 4) розробка та проведення заходів щодо охорони громадського порядку (далі – ОГП) та боротьби із злочинністю, які б виключали або мінімізували небезпеку особового складу органів та підрозділів поліції; 5) створення системи профілактики умов та причин, які сприяють виникненню

загрози для здоров'я працівників органів НПУ чи населення.

Реалізація вищезгаданих напрямків забезпечення особистої безпеки поліцейського можлива, якщо їх будуть здійснювати професійно підготовлені працівники органів НПУ, які усвідомлюють значення вжитих заходів особистої безпеки та вміють їх ефективно використовувати.

У підрозділах НПУ повсякденні завдання забезпечення особистої безпеки вирішуються, як правило, індивідуально самими працівниками поліції (у складі наряду, слідчо-оперативної групи тощо), які в таких умовах професійної діяльності повинні діяти автоматично або напівавтоматично, за засвоєним алгоритмом. Корекція на забезпечення особистої безпеки поліцейського повинна бути в усіх службових діях працівника поліції. Насамперед, повинна бути виключена ситуація, коли працівник своїми діями створює сприятливу (віктимну) обстановку для виникнення загрози його життю чи здоров'ю.

Таким чином, в управлінні безпекою працівників органів та підрозділів НПУ необхідно передбачити: 1) розробку принципів, мети, змісту, форм та методів роботи щодо профілактики, мінімізації, компенсації та корекції можливих фізичних, психічних, соціальних відхилень у працівників поліції; 2) вивчення віктимогенних факторів та потенційної небезпеки у діяльності поліцейських, визначення можливостей суспільства, держави, певних інститутів щодо їх мінімізації, компенсації та корекції їх впливу на особистість правоохоронця; 3) розробку комплексу заходів та рекомендацій щодо профілактики перетворення віктимних особистостей жертви у несприятливих умовах життєдіяльності; 4) надання допомоги працівникам органів НПУ щодо корекції самосприйняття та самоусвідомлення в питаннях особистої безпеки.

Управлінські рішення, плани щодо забезпечення безпеки особового складу поліції повинні включати: 1) розробку інструкцій, алгоритмів поведінки поліцейських у надзвичайних (екстремальних) ситуаціях; зокрема, під час затримання озброєних злочинців, звільнення заручників, у діях в невідомій, невизначеній ситуації, де можлива загроза особистому життю; 2) систематичну

перевірку готовності особового складу підрозділу поліції до виконання обов'язків в умовах підвищеного ризику для життя та в екстремальних ситуаціях; 3) організацію первинної та службової підготовки за місцем служби, підвищення рівня професійної майстерності, спеціальної та фізичної підготовки особового складу підрозділу, збільшення практичних занять, тренінгів, навчань з відпрацюванням алгоритмів дій, передбачених заходами особистої безпеки; 4) дотримання правил безпеки та порядку дій учасників при проведенні командно-штабних навчань, тренувань, особливо при застосуванні зброї, імітаційних засобів, спеціальних засобів сльозогінної, світло-шумової і руйнівної дії; 5) вміння користуватись приладами радіаційної, хімічної розвідки, дозиметричного контролю, засобами захисту органів дихання та шкіри в осередках хімічного забруднення; 6) закріплення на постійне й тимчасове носіння зброї, вміння володіти нею та знання правових підстав для її застосування; 7) перевірки додержання транспортної дисципліни працівниками поліції, запобігання дорожньо-транспортних пригод за участю особового складу; 8) аналіз та вжиття відповідних заходів щодо злочинних намірів відносно працівників органів НПУ, членів їх сімей, використання наявної інформації з метою профілактики таких дій; 9) здійснення комплексу оперативно-розшукових заходів для розкриття злочинів, вчинених відносно працівників органів НПУ, для викриття і затримання осіб, які скоїли такі злочини; 10) забезпечення особового складу поліції сучасними спеціальними засобами захисту, зброєю, набоями, спорядженням; 11) забезпечення якісного відбору кадрів в органи НПУ, виявлення осіб психологічно нестійких у стресових ситуаціях, з недостатніми адаптаційними можливостями до ситуацій, пов'язаних з підвищеним ризиком; 12) проведення щорічних психіатричних обстежень з обов'язковим застосуванням діагностики працівників оперативних підрозділів; 13) надання допомоги правоохоронцям, які отримали каліцтва, поранення чи захворіли під час виконання службових обов'язків.

Корисним для забезпечення особистої безпеки поліцейських може бути і

використання засобів наочної пропаганди (наприклад, плакати з різних аспектів забезпечення безпеки та інше) – активно використовуються у практиці управління безпекою особового складу поліції, наприклад, при проведенні навчань зі стрільби із вогнепальної зброї, навчанні правил безпеки дорожнього руху, наданні домедичної допомоги, удосконалення тактики (прийомам і методам) захисту від нападу злочинця. З одного боку, на плакатах акцентується увага на вузлових аспектах конкретної проблеми забезпечення особистої безпеки персоналу підрозділу поліції, і за умов якісного їх оформлення, продуманого механізму використання, постійного оновлення змісту вони можуть стати дієвим засобом мінімізації вчинення небезпечних дій персоналу.

З другого боку, при порушенні вищезазначених та інших умов наочні застарілі та примітивні засоби можуть мати ефект антиреклами: викликають роздратування, а у кращому випадку – їх просто не помічають. Наочною пропагандою неможливо замінити всебічні програми безпеки. Вона повинна використовуватися разом з іншими засобами скорочення небезпечних умов та дій і розглядатися як частина загальної програми.

Розробка і реалізація заходів забезпечення особистої безпеки поліцейського не досягне цілі без формування у керівництва підрозділу почуття відповідальності за життя і здоров'я підлеглих (керівники мають особисто займатися проблемами безпеки, обговорювати ці питання на нарадах та зборах колективів, проводити інструктажі з питань безпеки, планувати їх в діяльності органу НПУ і контролювати їх виконання, брати участь у програмах підготовки та перепідготовки особового складу з питань охорони праці, подавати особистий приклад в уміннях та навичках безпечної поведінки).

Мінімізація небезпечних умов у професійній діяльності працівників органів НПУ є комплексним, багатоступеневим процесом, який реалізується на рівні держави, підрозділів поліції, кожного працівника.

Обов'язковими елементами менеджменту цього процесу є наступні: 1) аналіз впливу зовнішнього середовища (виявлення стратегічно важливих

тенденцій його розвитку, факторів ризику, можливих небезпек) на працівників поліції; 2) адаптація до нього правоохоронців за допомогою системи розроблених профілактичних заходів (див. вище). Це постійний процес, який супроводжує кожен наступний етап розвитку суспільства і відповідно органів (підрозділів) НПУ, котрі є його невід'ємною частиною.

Головна мета менеджменту безпеки поліцейських – привчання працівників поліції до виконання норм та правил безпечної поведінки під час виконання професійних обов'язків, вироблення та закріплення необхідних знань, умінь та навичок. Коли сформована дія перетворюється у звичку діяти безпечно і набуває властивостей автоматичного виконання, можна вважати, що у процесі навчання досягнуто певного результату. Чим більшу кількість безпечних дій вдається зробити автоматичними, тим більше часу залишається у працівників поліції для оцінки ситуації, прийняття правильного рішення, що, у свою чергу, може зберегти їх здоров'я або навіть життя.

Список використаних джерел:

1. Про Національну поліцію : Закон України від 02 липня 2015 року № 580-VIII (із змінами в редакції від 01.01.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/580-19> (дата звернення: 01.03.2021).
2. Конституція України : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України від 28 червня 1996 року (із змінами станом на 01.01.2020). URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата доступу: 29.03.2021).
3. Про оперативно-розшукову діяльність : Закон України від 18 лютого 1992 року № 2135-XII (із змінами та доповненнями станом на 24.10.2020). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2135-12> (дата звернення: 22.03.2021).
4. Про державний захист працівників суду і правоохоронних органів : Закон України від 23 грудня 1993 року № 3781-XII (із змінами станом на 30.12.2020). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3781-12#Text> (дата звернення: 22.03.2021).
5. Про забезпечення безпеки осіб, які беруть участь у кримінальному

судочинстві : Закон України від 23 грудня 1993 року № 3782-XII (із змінами станом на 03.07.2020). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3782-12#Text> (дата звернення 22.03.2021).

УДК 364

Д.М. Галянт, студентка
Спеціальності 073 Менеджмент
В.Е. Кудельський, к.е.н., доцент кафедри
менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
(м. Хмельницький, Україна)

СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ

Анотація: У цій роботі висвітлюються головні функції управління та розкриття їх структури на сучасному рівні. На мою думку, дане питання є актуальною та важливою темою сьогодення. Адже у світі є багато людей, які б хотіли працювати у сфері управління, а без таких базових знань, як структура та функції управління це не можливо.

Ключові слова: управління, структура та функції управління, управлінський процес, тип та розмір організації, маркетинг.

Організаційна структура управління - це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що знаходяться між собою у стійких взаємостосунках, які забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого. Елементами структури можуть бути як окремі працівники, служби так і окремі ланки апарату управління, а взаємозв'язки між ними підтримуються через горизонтальні і вертикальні зв'язки, які носять лінійний і функціональний характер. В межах структури управління проходить управлінський процес (рух інформації і прийняття управлінських рішень), між учасниками якого розподілені завдання і функції управління, і відповідно - права і відповідальність за їх виконання. Зв'язок структури управління з такими ключовими поняттями менеджменту, як цілі, функції, процес, механізм функціонування є свідченням того, наскільки великим є вплив організаційної структури на всі сторони управління. Саме тому, менеджери всіх рівнів приділяють значну увагу принципам і методам формування структур, вибору типу або комбінації видів структур, вивченню тенденцій в їх побудові і оцінці відповідно до цілей і завдань, що вирішуються. [3]

Тому, організаційна структура повинна:

- відображати цілі і завдання організації, підпорядковуватись виробництву і змінюватись разом з ним;

- відображати функціональний розподіл праці і обсяг повноважень працівників управління, які визначаються політикою, процедурами, правилами, посадовими інструкціями;

- відповідати соціально-культурному середовищу і умовам в яких вона буде функціонувати. Тому спроби сліпо копіювати структури управління, які мають успіх не призведуть до бажаного результату, якщо умови будуть різними;

- встановлювати відповідність функцій і повноважень посадової особи з однієї сторони і рівня культури з іншої. [4, с.159]

Щодо головних функцій управління, то функція управління - вид діяльності, заснований на поділі і кооперації менеджменту, який характеризується певною однорідністю, складністю і стабільністю впливів на об'єкт з боку суб'єкта управління.

Функції управління і встановлення обсягу робіт з кожної функції є основою для формування структури системи управління та взаємодії її компонентів.

Зміст і набір функцій, здійснюваних в процесі управління, залежать від типу організації (ділова, адміністративна, суспільна, освітня, армійська і так далі), від розмірів організації, від сфери її діяльності (виробництво, торгівля, надання послуг), від рівня в управлінській ієрархії (вище керівництво, управління середнього рівня, нижчий рівень управління), від функціональної сфери (виробництво, фінанси, маркетинг, кадри). [1, с. 47]

Проте можна згрупувати всі види управлінської діяльності в п'ять основних функцій:

- планування включає встановлення цілей і розробку шляхів їх досягнення;

- організація включає визначення особливих дій, а також ухвалення рішень про розподіл повноважень, обов'язків і відповідальності між підрозділами і посадовими особами;

- керівництво (координація і регулювання) включає повідомлення працівникам, в чому полягають їх обов'язки по виконанню плану компанії, з метою координації їх дій;

- мотивація включає забезпечення такого організаційного оточення, в якому працівники спонукають виконувати свої обов'язки найкращим чином;

- контроль включає наглядову і регулюючу діяльність, націлену на забезпечення виконання завдань організації згідно з планами. [2]

Сучасна теорія і практика менеджменту виділяє нові функції:

Маркетинг – включає дослідження ринкових умов функціонування фірми з метою виробництва такої продукції, яка б задовольняла потреби споживачів;

Інноваційна функція – забезпечення постійного удосконалення виробництва на основі впровадження новітніх технологій, продукції, засобів управління тощо. [5, с. 66]

Список використаних джерел:

1. Андрушкін Б.М., Кузьмин О.Е. Основи менеджменту. Львів: світ, 1995. 296 с.

2. Бурмака М.М. Управління розвитком підприємства: навч. посіб. Харків: ХНАДУ, 2011. 204с.

3. Осовська Г.В., Масловська Л.Ц., Осовський О.А. Менеджмент організацій: підруч. К.: Кондор, 2014. 366 с.

4. Організаційна структура виробництва.
URL:https://pidru4niki.com/15880315/menedzhment/organizatsiyna_struktura_upravlinnya_tipi_harakterni_osoblivosti

5. Функції управління. URL: <https://studfile.net/preview/5152572/page:9/>

УДК 330

Гамерська І. С., ЗВО
Смирнова Т. А., ст.викл
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара
(м. Дніпро, Україна)

ЕЛЕМЕНТИ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ У КОМУНІКАЦІЯХ БІЗНЕС-СТРУКТУР

Анотація: доречність обраної тематики проявляється у тому що, зовнішнє середовище має високу динаміку змін, тому потрібно враховувати це при веденні ділових переговорів, від яких залежить результат та ефективність реалізації вибраної стратегії.

Ключові слова: переговори, партнер, компроміс, угода, опонент, керівник, команда, етикет, дрес-код.

У сучасному діловому світі ми постійно стикаємося з проведенням різних переговорів, досягненням спільних домовленостей або ж просто написанням листа в організацію. Успішність того чи іншого проекту залежить від злагоджених і продуктивних комунікацій між співрозмовниками. Типовими помилками в ділових переговорах є небажання поступатися, слідування тільки своїм інтересам і це часто веде до краху. Тож, як правильно вести переговори? Перш за все, ділові переговори включають в себе комунікацію, тобто передачу інформації за допомогою певних способів: сигналів, символів і різних інформаційних носіїв. Для проведення переговорів, перш за все, треба виділити цілі. Провести аналіз і виявити власні інтереси, стан своєї організації в економічній ніші, в галузі, на ринку. Здійснити пошук безпосередніх конкурентів, розробити ефективні способи суперництва з ними, виявити сильні і слабкі сторони як їх, так і своєї організації, залучити партнерів і потенційних покупців.

Основними принципами, які виділяють фахівці є націленість на результат тільки в нашу користь (повна перемога в переговорах) і спільний аналіз проблем, пошук рішення, при якому у виграші будуть обидві сторони. Для другого методу бажано прояв взаємної довіри. У цей момент партнери відразу позначають свої

цілі, розставляють пріоритети і «грають у відкриту».

При проведенні переговорів слід використовувати основні конструктивні прийоми:

1. Пошук загальної зони рішення – вислухати думку всіх учасників переговорів, знайти загальні моменти або загальні інтереси.

2. Компроміс – учасники, які не виявивши загальних інтересів, погоджуються на взаємні поступки.

3. Часткова угода – шляхом поділу проблеми на складові, якщо не вдається вирішити проблему цілком, робиться спроба досягти угоди по окремим пунктам, а ті питання, по яким не вдалося зняти розбіжності, знімаються [1].

Якщо переговори з приводу вирішення проблеми не приносять результатів, то намагаються дійти згоди хоча б за окремими пунктами. Переговори може здійснювати як одна людина, так і цілий колектив, але при цьому повна відповідальність буде лежати на керівнику. Якщо переговори веде команда, то вона повинна включати в себе фахівців різних областей, що підвищує результативність бесіди. При цьому вона закріплює свої позиції, але головне не допускати розбіжностей всередині колективу. Визначивши головні аспекти, потрібно перейти до виявлення сумісності наших амбіцій. З'ясувати, чи є мета партнера схожою з нашою власною; наскільки гарні шляхи вирішення проблеми; чи можна підлаштуватися під терміни і засоби виконання проекту.

Проведення переговорів не може обходитися без психологічних аспектів. Д. Карнегі виділяє шість основних правил, які сприяють впливу на людей: варто щиро цікавитися іншими людьми, більше посміхатися, називати людину по імені, бути хорошим слухачем, слід говорити про те, що цікавить співрозмовника, потрібно переконати опонента усвідомлення його значимості [2].

У переговорному процесі нерідко виникають складні ситуації, що вимагають особливої тактики реагування:

– якщо опонент зайняв повністю протилежну позицію – треба чекати до тих

пiр, поки партнер що-небудь скаже;

– якщо опонент висуває підвищені вимоги – треба дати зрозуміти, що такі умови не підлягають обговоренню;

– якщо створився цейтнот щодо обговорюваного предмета – треба чітко сказати, що є і інші пропозиції;

– якщо опонент неперервно перебиває – ввічливо, але твердо потросити дати договорити до кінця і повторити пропозицію;

– якщо на аргумент протилежної сторони відразу не знаходиться відповідь – часто буває досить проміжку часу між фразами, для того щоб знову зосередитися на обговорюваному питанні;

– якщо опонент задає питання в нав'язливій манері – оцінювати лише те, що партнер хоче сказати по суті питання;

– якщо опонент призводить в підтримку своїх аргументів дані, факти, результати досліджень, які невідомі, – попросити надати оригінал, точно вказати джерело;

– якщо пункти договору і умови угоди, висунуті протилежною стороною, представляються несуттєвими – попросити точніше розкрити суть пропозицій.

Зважаючи на вище сказане можна сформулювати основні особливості, які притаманні діловим переговорам. До них відносяться наступні критерії, які забезпечать ефективну комунікацію між співрозмовниками.

1. Дотримання етикету переговорів

Поведінка під час зустрічі з діловими партнерами має відповідати особливому етикету. Бесіда проводиться в позитивному ключі, стримано, спокійно. Ні в якому разі не можна давати слабину власним емоціям, переходячи на особистості або підвищуючи голос. Переговірнику важливо знати всі нюанси угоди, щоб відповісти на будь-які питання, інакше можна відразу втратити клієнтську довіру.

2. Розвинена мова

Займатися ораторським мистецтвом, потрібно готувати і промовляти

ефектні фрази заздалегідь. Виключити зі свого лексичного запасу слова-паразити, навчитися висловлювати власну позицію впевнено, грамотно, чітко вимовляючи всі слова і закінчення.

3. Пунктуальність

На людину, яка спізнюється на переговори, покладатися не можна. Цей стереотип в більшості випадків себе виправдовує, важливість першого контакту і виробленого враження. Тому потрібно проявляти повагу до своїх партнерів – починати ділові переговори завжди вчасно.

4. Чітке дотримання правил дрес-коду

Ще одна особливість ділових переговорів – це дрес-код. Дотримуватися ділового стилю в одязі важливо для кожного керівника. Вільний міський стиль на переговорах приверне додаткову увагу не до суті розмови, а до вашої особистості. Слід одягатися на переговори в класичному стилі без помітних аксесуарів.

Ось такі особливості ведення ділових переговорів важливо знати і дотримуватися кожному початківцю керівнику. Кожен клієнт очікує зустріти людину, за діловими якостями і зовнішнім виглядом максимально схожого на себе. Для встановлення довірчих відносин слід намагатися відповідати його очікуванням.

Список використаних джерел:

1. Рубчинський А. А. Методи і моделі прийняття управлінських рішень: підручник і практикум для академічного бакалаврату. 2019. 526 с.
2. Хижняк, А.Н. Основи ефективного менеджменту: Навчальний посібник / О.М. Хижняк, І.Є. Светлов. 2019. 160 с.

УДК 001.89:351

О. Губін, студент,
О. Бірюков, к.т.н., доцент,
доцент кафедри економіки і підприємництва
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля
(м. Сєверодонецьк, Україна)

АНАЛІЗ УМОВ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОВЕДЕННЯ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО КОНКУРСУ НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ РОБІТ З ГАЛУЗЕЙ ЗНАНЬ І СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Анотація: проаналізовано умови проведення Конкурсу, вказано на існуючі недоліки, визначено тенденції щодо збільшення напрямків конкурсу та кількості багаторазових переможців.

Ключові слова: умови конкурсу, недоліки, тенденції, переможці

Побудова ефективної системи публічного управління в сфері освіти повинна базуватися на децентралізації влади (прав та обов'язків) між органами виконавчої влади та освітніми закладами, створенні правових основ, економічних умов для реалізації інтересів учасників освітнього процесу. Це не можливо без залучення різних зацікавлених сторін до процесів прийняття рішень, моніторингу діяльності та контролю отриманих результатів в сфері освіти. В цьому напрямку в Україні є певні зрушення, які закладені в закони «Про освіту», «Про вищу освіту» та інші нормативні акти.

Розглянемо у якості прикладу Положення про Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей [1], яке було прийняте у 2017 році. На відміну від попередніх редакцій 2006, 2009, 2010, 2012 років діюче положення містить ряд вимог, які націлені на зниження суб'єктивності оцінок рецензентів та підвищення прозорості і публічності процесу проведення конкурсу [2]. Це досягається за рахунок введення чітких критеріїв та бальної системи їх оцінювання; нової форми рецензії, яка містить позиції для аргументації зауважень наданих експертами за кожним з критеріїв та позиції для загального висновку; вимог до застосування обов'язкової процедури перевірки робіт на плагіат; публікації у відкритому доступі рецензій на роботи, рейтингових списків учасників, змісту робіт автори яких запрошуються до участі

у підсумковій науково-практичній конференції. Разом з тим існують і недоліки. По-перше, це відсутність шкал оцінювання за кожним з критеріїв – рецензенту рекомендуються лише максимально можливі бали, тому суб'єктивізм в процесі оцінювання залишається на досить високому рівні, про що свідчать випадки високої розбіжності оцінок (в декілька разів) наданих рецензентами як на одну ту саму роботу, так і на різні роботи, але з наведенням аналогічних за змістом аргументів відносно виявлених недоліків. Деякі з рекомендованих до оцінювання критеріїв, наприклад такий як – ступень самостійності виконання роботи, взагалі не може бути об'єктивно оцінений рецензентом «заочно» лише на підставі аналізу роботи без процедури її захисту, або без інформації про наявність та зміст публікацій за тематикою роботи (а в цьому випадку не може бути в повному обсязі забезпечена конфіденційність даних авторів та відповідно і упередженість висновків експертів).

По-друге, більшість галузевих комісій не створює банк робіт з попередніх років або навіть при наявності останнього не передає його іншим базовим закладам, в яких проводиться конкурс у наступних роках, що унеможлиблює виконання вимоги стосовно розгляду робіт в яких повинно міститися не більше 25% наукового матеріалу з попередньо поданих версій. Також відсутній механізм перевірки можливості подання учасниками конкурсу однієї і тієї ж роботи до різних галузевих комісій. Виникають питання і до результатів перевірки поданих робіт на плагіат різними технічними засобами, особливо для тих робіт, які базуються на вже опублікованих матеріалах, з огляду на можливість таким чином встановлення рецензентами інформації про авторів, що робить не доцільною вимогу Положення про шифрування таких даних при поданні робіт на конкурс.

По-третє, нечітко прописана процедура відбору робіт для захисту на підсумковій конференції. Більшість галузевих комісій спрощують собі роботу, запрошуючи на конференцію лише 25% авторів від їх загальної кількості учасників, роботи яких отримали найбільші бали за результатами рецензування.

Це не логічно з погляду на значну суб'єктивність процесу отримання оцінок від рецензентів та ігноруванням (у більшості випадків) галузевою комісією висновків рецензентів (які дійсно, на відміну від інших членів галузевої комісії безпосередньо ознайомилися із змістом поданих наукових робіт).

Можна навести безліч прикладів коли обидва рецензенти рекомендували роботу до захисту, на підставі набраних достатньо високих балів, але галузева комісія не запрошувала її автора на підсумкову конференцію бо той не потрапив у 25% найкращих робіт з рейтингу. При цьому зникає межа між першим и другим етапом II туру конкурсу, бо фактично за результатами рецензування визначаються переможці, яким тільки потрібно розподілити між собою дипломи I, II, III ступенів під час проведення конференції. Це напрями суперечить цілям та завданням конкурсу. Зазначимо, що в діючому положенні (на відміну від тих що діяли раніше та втратили чинність) немає обов'язкової вимоги щодо обговорення робіт членами галузевих комісій та відбору найкращих робіт. Навпаки, чітко зазначено, що саме на підставі рецензій (висновках рецензентів) комісія приймає рішення щодо визначення наукових робіт, автори яких запрошуються на підсумкову науково-практичну конференцію. А побудова загального рейтингу робіт потрібна не для відбору незначної кількості найкращих робіт, тих що отримали найвищі бали, а для визначення тих робіт, яких не слід допускати до захисту (які не рекомендовані обома рецензентами) внаслідок їх низького наукового рівня або інших зауважень. Тобто до захисту потрібно запрошувати більшість учасників конкурсу і вже серед них за результатами конференції обирати переможців. З цих позицій зрозуміло і вимогу щодо публікації як рецензій так і робіт учасників, що дозволяє останнім порівняти роботи своїх конкурентів за потенціалом, акцентувати свою увагу на вказаних рецензентами недоліках та визначити свою стратегію поведінки під час захисту робіт. Також це дає додаткову можливість учасникам подавати апеляції на підставі фактів, які можуть бути виявлені під час аналізу рецензій та робіт учасників (починаючи від арифметичних помилок при підрахунку балів і

закінчуючи можливістю учасників виявити плагіат у роботах конкурентів). Таким чином, з'являється можливість апелювати не тільки к результатам оцінювання безпосередньо вашої роботи як учасника конкурсу, а також к процедурам проведення конкурсу, які були порушені або виконані не в повному обсязі галузевою комісією, або до результатів оцінювання інших робіт, що може змінити рейтингову ситуацію або взагалі лишити когось з учасників права приймати участь у наступному етапі конкурсу.

Взагалі, з позицій публічного управління, було б доцільно зняти обмеження щодо шифрування робіт учасників та приховування даних рецензентів. Зробити конкурс більш відкритим та прозорим через створення єдиної інформаційної платформи на якій він буде проводитися для всіх спеціальностей та спеціалізацій, з створенням загальної бази робіт та інструментів їх перевірки, можливістю конкурсантів та їх керівників рецензувати та оцінювати роботи інших учасників і визначенням ролі рецензентів як експертів, які розглядають подані зауваження оцінюють їх значущість та надають загальні висновки.

Щодо результатів даного конкурсу та тенденцій, які спостерігаються при його проведенні. Згідно рис. 1 збільшується кількість спеціальностей за якими він проводиться. При цьому в наведених даних не враховані підсекції, номінації і т.д. за окремими спеціальностями, кількість яких, як показує досвід, коливається від 2 до 15 і за кожною з них можуть бути визначені переможці. Цим користуються деякі базові освітні заклади, збільшуючи за рахунок цього кількість власних студентів-переможців. На рис. 2-3 наведені данні про учасників та переможців, у тому числі багаторазових (за різними спеціальностями, але в межах одного конкурсу). Як видно кількість осіб, які подавали свої роботи на декілька спеціальностей і стали переможцями, щорічно збільшується: 2018р. – 4,27%, 2019 – 7,52%, 2020р. – 9,44% від загальної кількості переможців. При цьому значна кількість однакових робіт подавалася до різних галузевих комісій, що є порушенням правил проведення Конкурсу.

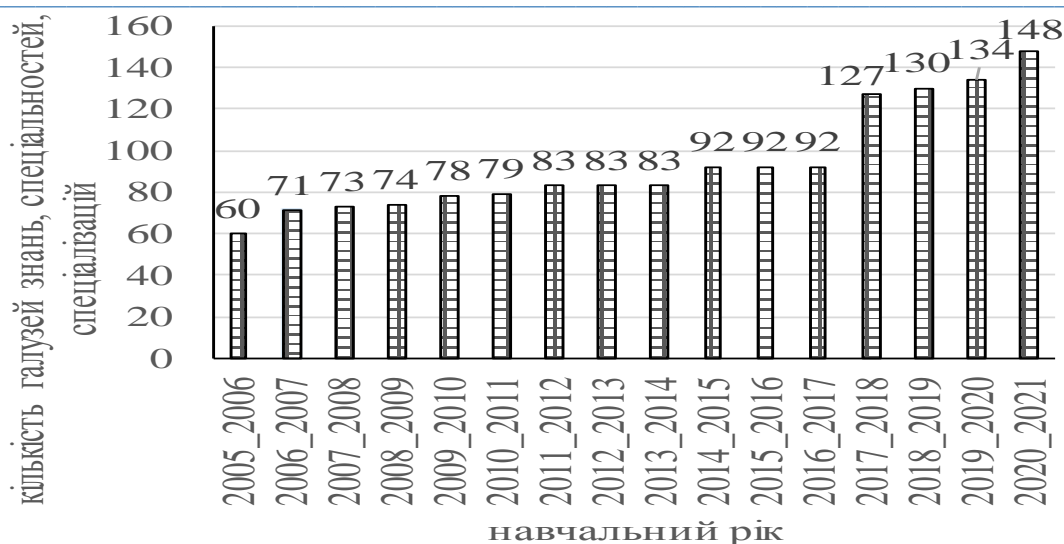


Рис. 1 Динаміка збільшення спеціальностей в межах проведення Конкурсу

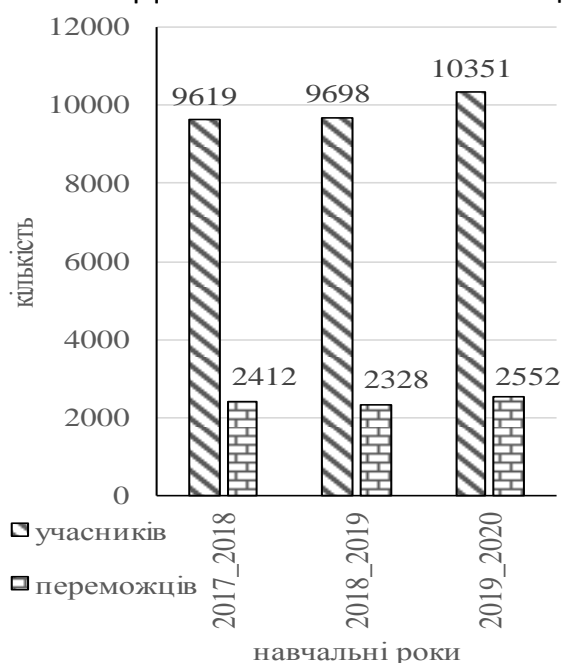


Рис. 2 Показники II туру Конкурсу

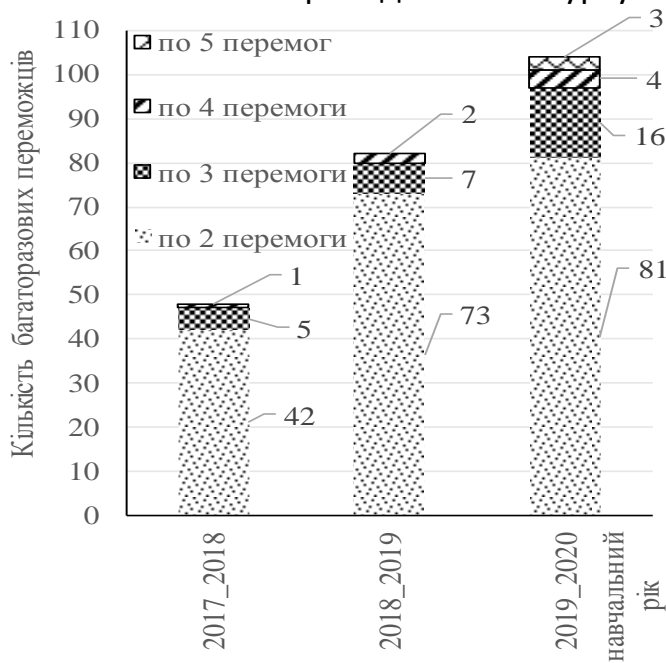


Рис. 3 Кількість багаторазових переможців

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Положення про Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей. Наказ МОН від 18.04.2017 р. №605. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0620-17>
2. Лист Інституту модернізації змісту освіти № 22.1/10-482 від 04.03.2021 р.

УДК 658.14:65

Гулик Т.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня,
Дрофа Є.А., асистент
асистент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня,
Національна металургійна академія України
(м. Дніпро, Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ САНАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: Розкрито сутність менеджменту санації за різними аспектами дослідження серед яких виділено інституційний, функціональний та екологічний менеджмент санації. Особливу увагу приділено організаційному аспекту дослідження санації, в структурі якого запропоновано виділяти такі блоки: функціональні сфери менеджменту санації; санація із залученням нового фінансового капіталу; санація без залучення додаткових фінансових ресурсів на підприємство та інші.

Ключові слова: фінансове оздоровлення підприємства, менеджмент, санація, антикризове управління, підприємство.

Вирішальне значення для успішного проведення фінансового оздоровлення підприємства є організація ефективного менеджменту санації. Сутність менеджменту санації можна розглядати з двох точок зору: з інституційної та з функціональної. Ще існує система екологічного менеджменту яка є складовою частиною всієї системи менеджменту підприємства, та відповідає за охорону навколишнього середовища. Для більш успішного визначення екологічних ризиків рекомендується використовувати наступний підхід. Виділяти ризики щодо: діяльності підприємства; продукції підприємства; послуг підприємства; позаштатних ситуацій та аварій [2, с.106].

З інституційного боку до менеджменту санації можна віднести всіх фізичних осіб, які уповноважені власниками суб'єкта господарювання чи силою закону провести фінансову санацію підприємства, тобто здійснювати фактичне управління підприємством на період його оздоровлення. Зауважимо, що досить часто на межу банкрутства підприємство доводить саме невміле чи навмисно неправильне управління. Керівництво підприємства, яке привело його до фінансової кризи, як правило, не в змозі ефективно управляти фінансовою

санацією. Звідси випливає необхідність заміни керівництва підприємства або передачі повноважень щодо санації третім особам. У Великобританії, наприклад, щорічно з 60 тисяч порушених справ про банкрутство близько 90 відсотків закінчується зміною керівництва.

Загалом, до осіб, які можуть бути носіями менеджменту санації слід віднести контролюючі органи (наприклад департамент банківського нагляду НБУ, страх нагляд тощо), консультанти, аудитори, керуючі санацією, які призначаються відповідно до рішення господарського суду, представники банківських установ чи інших кредиторів, досвідчені менеджери, а також колишнє керівництво підприємства. Вирішення питання з призначенням менеджменту санації належить до числа першочергових заходів в рамках фінансового оздоровлення.

З функціонального боку, менеджмент санації - це система антикризового управління, яка полягає в ефективному використанні фінансового механізму з метою запобігання банкрутства та фінансового оздоровлення підприємства. Функціональні сфери менеджменту санації можна розглядати як окремі фази управлінського циклу, причому в процесі санації підприємства такі цикли перманентно повторюються при досягненні окремих стратегічних чи тактичних цілей.

До функціональних сфер менеджменту санації слід віднести такі:

- а) постановка цілей;
- б) формування та аналіз проблеми (головна проблема - фінансова криза);
- в) пошук альтернатив, прогнозування та оцінка їх реалізації (підбір та оцінка необхідного каталогу санаційних заходів);
- г) прийняття рішення;
- д) реалізація (проведення конкретних санаційних заходів);
- е) контроль;
- є) аналіз відхилень.

Основне завдання фінансового менеджменту в ході санації підприємства -

правильне визначення потреби у капіталі для проведення санації та мобілізація фінансових джерел санації підприємств. При визначенні конкретних шляхів мобілізації фінансового капіталу слід вивчити порядок визначення потреби в коштах, форми фінансування, правила, якими слід керуватися при формуванні активів та пасивів, методи оптимізації розміру та структури капіталу.

Форми фінансування суб'єктів господарювання класифікуються за джерелами надходження капіталу та за правовим статусом інвесторів. За джерелами мобілізації фінансових ресурсів розрізняють зовнішнє та внутрішнє фінансування; за правовим статусом інвесторів - власний капітал та позичковий капітал.

Сукупний капітал підприємства складається з власного та позичкового капіталу. Таким чином, фінансування санації може здійснюватися за рахунок власних коштів підприємства (самофінансування), фінансових засобів власників, за допомогою кредиторів і, у виключних випадках, шляхом одержання державної фінансової підтримки. За формальними ознаками розрізняють два види санації:

- а) санація без залучення додаткових фінансових ресурсів на підприємство
- б) санація із залученням нового фінансового капіталу.

В першому випадку санація може здійснюватися в таких формах:

- зменшення номінального капіталу підприємства;
- конверсія власності в борг;
- конверсія боргу у власність;
- пролонгація строків сплати заборгованості;
- добровільне зменшення заборгованості;
- самофінансування.

Санація із залученням нового фінансового капіталу може приймати такі форми:

- альтернативна санація;
- зменшення номінального капіталу з послідуєчим його збільшенням (двоступінчата санація);

- безповоротна фінансова допомога власників;
- безповоротна фінансова допомога персоналу;
- емісія облігацій конверсійного займу;
- залучення додаткових позик.

Детальна характеристика вказаних форм санації наведена в літературних джерелах, рекомендованих до вивчення теми. Ряд авторів виділяють також автономну санацію, яка здійснюється із використанням власних коштів підприємства та капіталу його власників і зовнішню санацію (кошти кредиторів та держави). Окремий вид санації підприємств - це санація з допомогою державної фінансової підтримки. Фінансування державою санаційних заходів може здійснюватися на поворотній або безповоротній основі. В ряді випадків держава може вдатися до непрямих методів сприяння санації суб'єктів господарювання: податкові пільги, створення особливих умов підприємницької діяльності[3, с.37-39].

Досудова санація. Закон “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” розрізняє поняття “санація” та “досудова санація”. Під санацією розуміються заходи щодо оздоровлення підприємства в рамках провадження справи про банкрутство. Досудова санація - система заходів щодо відновлення платоспроможності боржника, що здійснюються власниками боржника чи менеджментом підприємства, що знаходиться в кризі з метою запобігання його банкрутства та ліквідації шляхом реорганізаційних, організаційно-господарських, управлінських, інвестиційних, технічних, фінансово-економічних, правових заходів в межах діючого законодавства до початку порушення провадження у справі про банкрутство.

При вивченні даного питання слід звернути увагу на те, що фінансове оздоровлення підприємства в досудовому порядку здійснюється з використанням стандартного набору інструментів та заходів, який є в арсеналі антикризового менеджменту. Якщо ж санація проводиться після порушення справи про банкрутство, тобто в судовому порядку, то в цьому разі слід

враховувати специфічні вимоги та особливості санаційних процедур, передбачені Законом “Про відновлення платоспроможності боржника або оголошення його банкрутом”[1].

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 30.06.1999 р. №784-XIV.
URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2343-12#Text>
2. Гулик Т.В., Гулик В.А., Сандул О.В. Планування та розробка системи екологічного менеджменту на підприємстві. Науковий вісник ОНУ імені І.І. Мечнікова, серія «Економіка», 2019. т.24. Вип. 4(77), С.104-111. Volume 24. Issue 4(77). 2019
3. Довбня С.Б., Гулик Т.В. Реструктуризація і санація підприємств (частина 2) Санація підприємств: навч. посібник. Дніпропетровськ: НМетАУ, 2019. 56 с.

УДК 354+331

І. Дорош, ст. викладач кафедри адміністративного та фінансового менеджменту
НУ «Львівська політехніка»,
(м. Львів, Україна)

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРЕСОСТІЙКОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ДОБОРУ ТА ВІДБОРУ КАДРІВ В ОРГАНИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

Анотація: Представлено особливості добору та відбору кадрів на державну службу у різних країнах світу, визначено можливості забезпечення необхідного рівня стресостійкості посадових осіб в органах публічної влади. Виділено актуальні для України елементи такого досвіду.

Ключові слова: державна служба, стресостійкість, зарубіжний досвід.

В умовах реформування вітчизняної системи державного управління під впливом євроінтеграційних процесів важливим є переймання зарубіжного досвіду, зокрема в питаннях забезпечення професійності посадових осіб органів публічної влади. Серед важливих - питання забезпечення необхідного рівня стресостійкості кандидатів на посади в органах публічної влади на етапі добору та відбору відповідних кадрів.

Професійний стрес у держслужбовців – це певна форма порушення фізіологічної та психічної діяльності фахівців, як відповідь на негативний вплив управлінсько-професійної діяльності в органах публічної влади, спричинена характеристиками персоналу, а також соціально-психологічними умовами праці державних службовців [3].

У табл.1 згенеровані особливості добору та відбору кадрів на державну службу у різних країнах, зокрема в частині визначення особистісних характеристик відповідно до вимог посад. Адже стресостійкість, як спеціальна компетентність є надзвичайно важливою для представників професій типу «людина-людина», до яких власне і належить державна служба. Згідно із дослідженнями низки науковців 60 % складних ситуацій у діяльності працівників публічних установ є стресовими, близько 45 % цих ситуацій передують виконанню важливих завдань [4].

Таблиця 1

Зарубіжний досвід забезпечення необхідного рівня стресостійкості державних службовців у процесі формування системи добору та відбору кадрів на державну службу

Країна	Особливості добору та відбору кадрів на державну службу	Забезпечення необхідного рівня стресостійкості кандидатів
1	2	3
Німеччина	Процедура набору є досить формалізованою. Попередній відбір кандидатів для державної служби здійснюється на конкурсній основі. Перед вступом на службу кандидати, що пройшли конкурсний відбір скеровуються на навчання за конкретною спеціальністю.	Різний правовий статус посадовців (підготовка, випробувальна служба, пожиттєве призначення) дає змогу здобути необхідний рівень стресостійкості для ефективної роботи.
Франція	Усі конкурси добору на державну службу здійснюють на основі стандартизованих критеріїв відповідними державними структурами. Порядок проведення конкурсів передбачає можливість письмового чи усного випробування, або ж конкурсу документів, залежно від категорії вакансій.	Вимоги формуються відповідно до рангів, а не посад, що не дає можливості забезпечити необхідний рівень стресостійкості на конкретній посаді. Проте два найвищі ранги вимагають від кандидатів наявність лідерських якостей та стресостійкості.
США	Система державної служби є посадовою. Відбір на державну службу здійснюється за результатами конкурсу: тестування та співбесіда. Рішення про призначення приймає кадровий менеджмент.	Тестування має на меті визначити як професійні знання, так і психологічні особливості кандидата, серед яких і стресостійкість. Це дозволяє співставити їх з вимогами посади.
Ірландія	Питаннями залучення і попереднього відбору кадрів для зайняття посад на державній службі займається спеціально створений державний орган, що дає можливість підвищити ефективність управління персоналом на державній службі.	Оцінювання необхідного рівня стресостійкості кандидата відбувається, якщо це є у переліку вимог до вакантної посади.
Сінгапур	Принцип меритократії – основа формування висококваліфікованого корпусу кадрів на державній службі. Відкритий набір кандидатів здійснюється на основі освітньої кваліфікації. Кандидати, що відповідають базовим та особливим критеріям, проходять співбесіду, за результатами якої приймається рішення про подальше їх працевлаштування.	Відкрита конкуренція на посадах державної служби дає можливість працевлаштувати в органи влади лише тих, хто максимально відповідає вимогам, в тому числі і за рівнем стресостійкості.

Примітка: сформовано на основі джерел [1, 2, 5].

За результатами аналізування зарубіжного досвіду щодо системи добору та

відбору кадрів в органи публічної влади, варто відмітити, що важливою передумовою забезпечення належного рівня стресостійкості посадових осіб є правильне визначення компетентностей посади, яким має відповідати кандидат, а також забезпечення прозорості процесу оцінювання відповідності.

Список використаних джерел:

1. Гончарук Н. Т., Кулакова Є. О. Удосконалення механізму добору кадрів на державну службу в Україні в контексті вітчизняного та зарубіжного досвіду. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2019. Вип. 3(42). С. 128-136.
2. Зарубіжний досвід добору кадрів на державну службу: корисне для України. *Роботодавець*. 8. 2019. URL: <https://robotodavets.org.ua/2019/12/08/zarubizhnyj-dosvid-doboru-kadriv-na-derzhavnu-sluzhbu-korysne-dlya-ukrayiny.html> (дата звернення 08.04.2021)
3. Карамушка Л.М., Куриця Д.І. Психологічні чинники професійного стресу у держслужбовців. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2013. Вип.1. С.112-125.
4. Липовська Н. А. Особливості управління стресами в професійній діяльності державних службовців. URL:<http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2010-01/10lnadds.pdf> (дата звернення 08.04.2021)
5. Стратієнко Г. Д.. Зарубіжний досвід відбору кадрів державної служби. *Економіка та держава*. № 2. 2013. С. 134 – 136

УДК 331.101.3

Козловська Світлана Григорівна, к.т.н.,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова
(м. Черкаси, Україна)

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація: досліджено систему мотивації праці в сучасних умовах господарювання. Визначено вплив мотивації на ефективність діяльності організації. Проаналізовано види мотивації праці та їх вплив на працівників організації.

Ключові слова: мотивація, персонал, ефективність, стимули, мотиви, матеріальна та нематеріальна мотивація, зовнішня та внутрішня мотивація.

Ефективність діяльності будь-якої організації залежить, в першу чергу, від якості управління, яка поєднує в собі певну сукупність властивостей, що визначають можливість створення належних умов для ефективного функціонування, забезпечення конкурентоспроможності шляхом вибору засобів впливу на певні фактори внутрішнього й зовнішнього середовища.

Одним із таких факторів внутрішнього середовища, на який можна впливати й, тим самим, підвищувати ефективність діяльності організації, є персонал. Керівники завжди розуміли, що людей потрібно постійно спонукати працювати на благо організації. І якщо раніше простої матеріальної винагороди було достатньо, щоб працівник належним чином виконував свою роботу, то в сучасних умовах для деяких категорій людей нематеріальні стимули можуть мати набагато більший вплив.

Питання мотивації персоналу досліджували у своїх роботах А. Маслоу, М. Мескон, Ф.Тейлор, К. Альдерфер, Д. Мак-Клелланд, Ф. Герцберг, Д. Мак-Грегор, В. Гриньова, Д. Богиня, А. Колот, Г. Осовська, О. Грішнова, В. Данюк та багато інших.

В економічній літературі поняття мотивації трактується неоднозначно, що говорить про складний та багатоплановий процес. Спільним, що об'єднує

поняття мотивації, є те, що вона характеризується як процес спонукання персоналу підприємства до поведінки, спрямованої на досягнення особистих цілей чи стратегічних цілей організації. Тобто, система мотивації має бути спрямована на спонукання персоналу працювати на результат і підвищення ефективності діяльності організації.

Мотивація персоналу може бути матеріальною і не матеріальною. Наразі ключовим мотиваційним чинником є прагнення мати гарантовану матеріальну винагороду. Однак сьогодні на ринку праці з'являються працівники з високим рівнем професіоналізму і новим трудовим економічним мисленням. Для таких працівників важливою є не лише матеріальна винагорода, а й гнучкий графік робочого часу, пріоритет при плануванні відпустки, регулярна горизонтальна ротація кадрів, визнання, відзнаки, почесні грамоти та ін. Необхідно зазначити, що система нематеріального стимулювання адекватно спрацює лише тоді, коли працівники отримують справедливе матеріальне стимулювання у вигляді заробітної плати.

Непогані результати дає впровадження «соціального пакету» для працівника. Цим самим організація допомагає працівникові розв'язувати його проблеми, а він, у свою чергу, буде прагнути розв'язувати проблеми організації.

Керівництво може забезпечувати працівників красивим модним спецодягом, сучасно оформити інтер'єр службових кімнат, забезпечити працівників недорогим якісним харчуванням в робочий час, спільно відзначати дні народження працівників, свята. Така турбота про працівника і його близьких з боку керівництва викликає у нього почуття вдячності. Такий працівник буде намагатися не підвести свою організацію, не заподіяти шкоду її іміджу і такого працівника не потрібно підганяти та вмовляти працювати добре.

Хороші результати дають комбіновані методи мотивації, які поєднують матеріальну зацікавленість з моральним задоволенням роботою, створенням почуття впевненості в собі й в завтрашньому дні.

Важливе місце в цьому процесі займає визначення способів підвищення

продуктивності, шляхів росту творчої ініціативи, мотивація працівників. І саме керівник має володіти усім цим арсеналом способів стимулювання, щоб можна було використати його у кожній конкретній ситуації й для кожного конкретного працівника.

Мотивацію поділяють на зовнішню й внутрішню. Зовнішня мотивація – це спонукання до діяльності за допомогою сил ззовні. Вона регулюється зовнішніми матеріальними та психологічними умовами: соціально-психологічний клімат у колективі, система відносин з керівництвом, система оплати праці, система покарання [1]. Тобто зовнішні стимули, задовольняючи певні потреби людини, викликають заплановану реакцію.

Внутрішня мотивація – це мотивація, рушійною силою якої є не зовнішні впливи, а щось зсередини самої людини [2]. Внутрішня мотивація – це прагнення виконати певну діяльність заради самого процесу діяльності, відчуття задоволення та радості від цієї активності, а не для одержання винагороди чи внаслідок зовнішніх вимог. До таких чинників мотивації належить прагнення виконати непересічне завдання, наявність елемента виклику, цікавість, почуття особистісного контролю над ситуацією, наявність конкуренції, схвалення та визнання іншими членами колективу.

Найбільш оптимальним варіантом є поєднання зовнішньої й внутрішньої мотивації.

Висока мотивація персоналу – це найважливіша умова успіху організації. І досягти цього успіху можна лише тоді, коли персонал працює з високою віддачею, кожен окремо взятий член колективу прагне внести свій внесок в досягнення поставлених цілей. Але забезпечити ці якості працівника неможливо за допомогою зовнішнього контролю, зарплати й покарань. Необхідно створити такі умови, коли люди самі усвідомлять сенс своєї діяльності та будуть прагнути до реалізації організаційних цілей.

Підвищення ефективності функціонування організації потребує високої трудової активності її працівників. Для цього керівники мають насамперед

забезпечити гарантовані умови праці, зосередити увагу на дослідженні особливостей стимулювання роботи працівників, виявленні в них спонукань до трудової діяльності.

Для розробки й реалізації будь-якої системи мотивації необхідно розуміння потреб працівників, пошук незадоволених потреб окремих категорій працівників. Керівникам слід пам'ятати, що кожній людині потрібен свій стимул для досягнення успіху. Інакше мотивація стає стандартною і менш ефективною. І лише комплексне поєднання стимулів і мотивів, які б враховували цілі працівника, можуть принести бажаний мотиваційний ефект.

Список використаних джерел:

1. Що таке внутрішні мотиви. Зовнішня і внутрішня мотивація персоналу: важелі управління співробітниками. URL: <https://avtovsamare.ru/uk/chto-takoe-vnutrennie-motivy-vneshnyaya-i-vnutrennyaya-motivaciya-personala-rychagi/> (дата звернення 11.04.2021).

2. Внутрішня мотивація. URL: http://psychologis.com.ua/vnutrennyaya_motivaciya.htm#:~:text=Внутрішня%20мотивація%20-%20мотивація%20С%20рушійною%20силою,а%20з%20самим%20змістом%20діяльності (дата звернення 11.04.2021).

УДК 615.12:614.273:338.46

А. Корабліна, здобувач вищої освіти,
Київський національний торговельно- економічний університет
(м. Київ Україна)

РОЛІ ТОВАРНИХ КАТЕГОРІЙ В КАТЕГОРІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Анотація: в статті систематизовано інформацію про ролі категорій на підприємствах роздрібної торгівлі, описано принцип проведення крос-категорійного аналізу

Ключові слова: роль категорії, крос-категорійний аналіз, базові, унікальні, пріоритетні, зручні, періодичні категорії

У ХХІ столітті, через високу диференціацію товарів, велику кількість магазинів роздрібної торгівлі, зростає конкуренція за покупця. Тому категорійному менеджеру, який формує асортиментну матрицю, необхідно знати ролі своїх товарних категорій, які допоможуть збільшити прибуток та змусити покупців купити якнайбільше товарів саме в їх магазині.

Роль категорії – це певний стан товарної категорії щодо інших категорій товарів, який характеризується рівнем і характером попиту на нього, ціною, популярністю, функціями, покладеними на нього продавцем [1]

Роль товарної категорії визначає її важливість для покупця та продавця. Для того, щоб сформувати план просування асортименту та політику ціноутворення, яка б зацікавила клієнтів, необхідно присвоїти усім товарам та категоріям ролі. Для цього категорійні менеджери використовують крос-категоріальний аналіз.

Крос-категорійний аналіз - метод, заснований на математиці і експертну грошову оцінку. Такий аналіз дозволяє не тільки порівняти дані по прибутку і обороту по всіх категоріях, а й побачити шлях розвитку кожної з них.

Для проведення крос-категорійного аналізу необхідно:

1) по кожній категорії взяти дані по обороту і маржинальної прибутку (мінімум за три місяці);

2) визначити середні значення і межі даних, а також середні значення в проміжку від загальної середньої до максимального (мінімального) рівня;

3) намалювати графік (але осі x - показання товарообігу, по осі y - прибуток); роль категорії буде визначатися по розташуванню показників на графіку (рис. 1) [3].

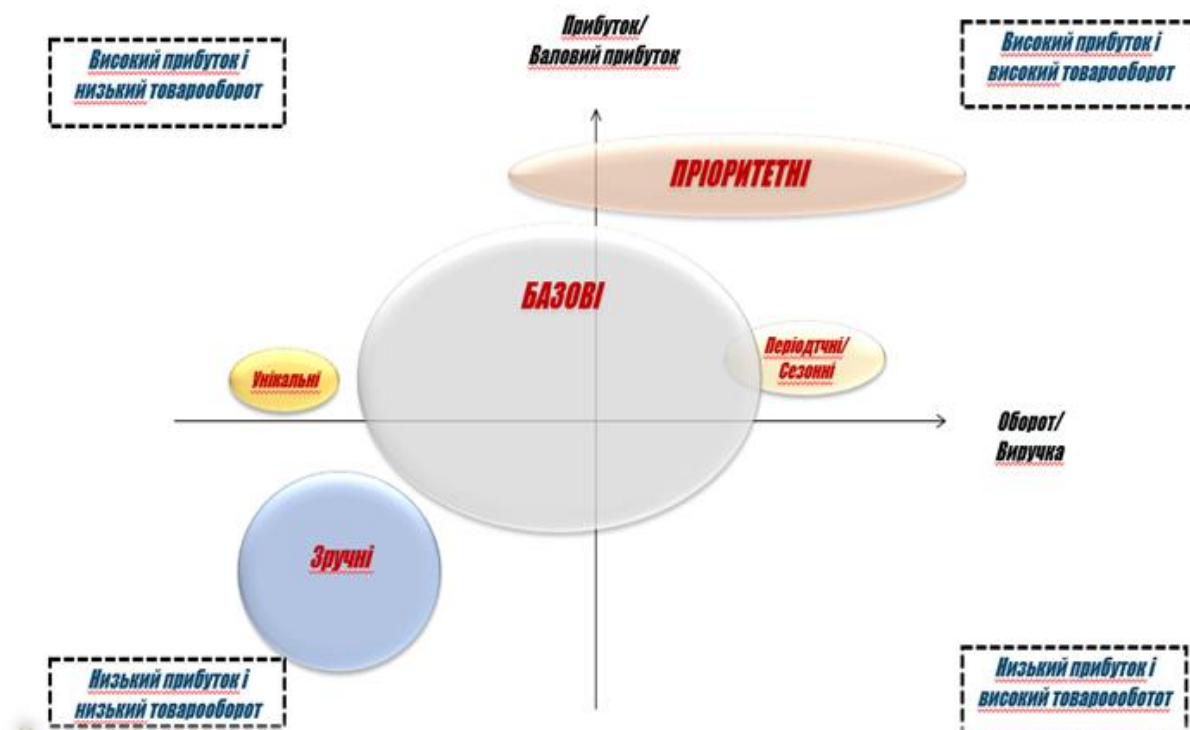


Рис.1. Ролі категорій товарів [3]

1. Базові категорії (40-60% від загального числа), основне завдання яких полягає у високій оборотності – це товари, які купуються, коли покупець прийшов за цільовою покупкою. Наприклад, покупець купує продукти без яких він міг би обійтися, незважаючи на те, що вони у нього закінчилися, але запас яких він підтримує у своєму будинку. До таких категорій відносяться бакалія, кондитерські вироби. Асортимент на базову категорію має бути широким та глибоким, а ціни в торговельній мережі повинні бути не вищими, ніж у конкурентів.

2. Пріоритетні категорії (20% від загального числа), основне завдання яких полягає в тому, щоб приносити прибуток; як правило, це найважливіші категорії в асортименті, так як вони визначають спеціалізацію всього магазину; вони характеризуються великою торговою націнкою, але з урахуванням конкурентного середовища. Важливо встановити правильні ціни і забезпечити

широкий вибір таких товарів, щоб максимально виправдати очікування покупців. Для пріоритетних категорій в залі повинні бути виділені кращі місця, найпомітніші і найбільш відвідувані зони. Наприклад в продуктовому магазині це ковбасні вироби, цигарки, горілка.

3. Періодичні (сезонні) категорії (до 20% від загального числа) – обороти даної категорії повністю залежать від сезону, грають вторинну роль при формуванні прибутку і грошового потоку, формують додатковий «сезонний» потік покупців, при ціноутворенні зважають на сезон.

4. Зручні категорії (5-10% від загального числа) – основною цілю такої категорії є забезпечення постійного купівельного потоку, зручність для покупця, доповнення до основної покупки. Особливого обороту чи прибутковості ці товари не мають, але наявність їх в магазині підтримує відвідування магазину. Наприклад в продуктовому магазині це можуть бути пластиковий посуд, пакети, серветки.

5. Унікальні категорії (1-3% від загальної кількості) – це стратегічні точки диференціації торгових мереж. Розвиток цих категорій дозволяє їм відрізнитися між собою, звернути увагу саме на цю мережу. Вони формують імідж. Товари цієї категорії мають зазвичай найбільше націнку. Прикладом такої категорії є лінійка продуктів «Своя лінія» в АТБ.

Найбільш глибокими (максимум підкатегорій і товарних позицій) повинні бути пріоритетні категорії, що пояснюється їх найважливішою роллю, а також нечисленністю [4, с. 110]. Товари всередині базових категорій також повинні мати значну глибину, так як по ним визначається спеціалізація всього магазину. Сезонні товари в сезон можуть мати значну глибину, у поза сезонним періодом кількість товарних позицій може знижуватися до мінімуму. Зручні категорії можуть бути представлені в обмеженому обсязі. Унікальні товари також можуть не мати глибокого наповнення. Однак якщо вони все ж приносять прибуток, то глибина категорії може бути побудована за принципом прибутковості, тобто прагнути до максимуму [2, с. 84].

Без категорійного менеджера сучасним підприємствам важко утримувати лідируючі позиції через високу конкуренцію та вимоги споживачів. При правильному управлінні категоріями, знанні їх ролей, впровадженні ефективної політики просування торгівці досягають успішних продажів та високого прибутку за рахунок зниження кількості неліквідних позицій.

Список використаних джерел:

1. Балакирев С.В., Попов Е.В. Маркетинговое управление продукцией на основе ассортиментной матрицы. *Препринт*. 2010.
2. Білявська Ю. В. Особливості та тенденції категорійного менеджменту підприємств торгівлі. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. Вип. № 4(60). С. 81-87.
3. Сысоева С., Бузукова Е. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. Санкт-Петербург: Питер, 2015. 400 с.
4. Romat Y. Algorithm of Forming the Category Management in the Diy Market Segment /Biliavska Y , Romat Y.// Montenegrin Journal of Economics. Vol. 14, No. 3 (2018), 099-112.

Науковий керівник: Ю. Білявська, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту Київський національний торговельно- економічний університет.

УДК 39.727.330.4

Лакіш Л.М., здобувач вищої освіти
Львівський національний аграрний університет
(м. Дубляни, Україна)

ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ В ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: Розглядаючи економічний механізм господарювання на рівні підприємств, особливу увагу слід приділити вдосконаленню фінансових противитратних економічних механізмів формування виробничих витрат. Для покращення функціонування цього механізму, на нашу думку, в кожному підприємстві необхідно запровадити нормативний метод планування, обліку, аналізу та контролю виробничих витрат.

Ключові слова: механізм, фінансовий метод управління, методика, персонал, підприємство, управління, елементи управління.

Фінансове забезпечення підприємства полягає у виділенні певної суми фінансових ресурсів на вирішення окремих завдань фінансової політики. При цьому розрізняють забезпечувальну і регулятивну його дію. Забезпечувальна дія проявляється у встановленні джерел фінансування, тобто покриття повсякденних потреб і характеризує пасивний вплив фінансового забезпечення. Регулятивна дія здійснює вплив через виділення достатніх коштів та через конкретну форму фінансового забезпечення і характеризує активний вплив фінансового забезпечення. В цілому ж дія фінансового механізму спрямована на реалізацію економічних інтересів учасників фінансових відносин. Вона має наступні напрямки свого прояву: за допомогою фінансових інструментів встановлюються певні пропорції розподілу доходів, які впливають на забезпеченість фінансовими ресурсами; за допомогою встановлення певних пропорцій розподілу доходів встановлюється відповідна система реалізації економічних інтересів.

Фінансове забезпечення та фінансове регулювання слід проводити за допомогою фінансових інструментів, які, в свою чергу, мають свої важелі впливу і їх умовно можна поділити на: елементи первинного впливу, що діють у процесі вилучення частини доходів (податки, внески, відрахування); елементи

вторинного впливу, що діють шляхом збільшення доходів (банківські позички, бюджетні субсидії).

Фінансовий нормативний метод передбачає використання укрупнених норм і нормативів, затрати праці та її оплата і матеріальних ресурсів. Крім того, передбачено також нормування нематеріальних активів та накладних витрат. Тому слід розробити на підприємстві комплексні нормативи витрат, які крім загальних нормативів на одиницю роботи та продукції, розрахованих за визначеними технологіями, що застосовуються в підприємстві, повинні бути конкретизовані за кожною технологічною операцією. Для цього облік і планування доцільно об'єднати в цілісну систему. Поточному плануванню й обліку потрібно надати динаміки, тоді при зміні умов виробництва керівник матиме можливість маневрувати і приймати оптимальні рішення, що неможливо робити без чіткого оперативного контролю за виконанням річного плану [5, с. 98].

Ефективність фінансової діяльності забезпечується формуванням оптимального фінансового механізму підприємства. Фінансовий механізм досліджуваного підприємства – це сукупність форм і методів формування та використання фінансових ресурсів з метою забезпечення фінансування діяльності підприємства. Фінансовому механізму підприємства слід включати систему фінансових методів (фінансове прогнозування, планування, фінансові показники і коефіцієнти, нормативи, ліміти, резерви, система розрахунків, кредитування, інвестування, оподаткування, страхування, стимулювання тощо) та фінансові важелі (дохід, прибуток, ціна, норма амортизації, ставка податку, ставка дисконту, відсотки, нормативи фінансових санкцій тощо) що на сьогодні проводиться не на належному рівні. Фінансову роботу слід здійснювати за такими основними напрямками:

- фінансове планування і прогнозування, тобто розроблення перспективних, поточних і оперативних фінансових планів підприємства, бізнес-планів реалізації окремих підприємницьких проектів та угод;
- аналіз і контроль фінансово-господарської діяльності підприємства, з метою діагностики його фінансового стану, виявлення резервів зниження витрат,

збільшення доходів і прибутків;

- оперативна (поточна) фінансово-економічна робота – робота з постачальниками стосовно розрахунків за сировину, матеріали, паливо та з покупцями по розрахунках за реалізовану продукцію, забезпечення своєчасної сплати податків і податкових платежів, погашення банківських кредитів і сплати відсотків, своєчасних виплат заробітної платні тощо.

Здійснення системи розподільчих і перерозподільчих відносин повинно відбуватись із використанням методів фінансового забезпечення суб'єктів господарської діяльності, основними з них є:

– бюджетне фінансування як надання коштів з бюджету на безповоротних засадах;

– кредитування - це надання коштів на принципах поворотності, платності, строковості і забезпеченості;

– самофінансування передбачає відшкодування видатків суб'єктів господарювання по основній діяльності та її розвитку за рахунок власних джерел. Принцип самофінансування допускає залучення кредитних ресурсів;

– оренда (лізінг) - це передача майна у користування за певну плату і на певний строк;

– інвестування процес вкладання грошей в ті чи інші об'єкти з розрахунком на збільшення їх вартості, а також отримання додаткового доходу.

Фінансове регулювання діяльності відбувається, в першу чергу і головним чином, через оподаткування як вилучення.

Конкретними формами здійснення процесів розподілу і перерозподілу створеної вартості є фінансові важелі, до яких відносяться податки, обов'язкові збори, норми амортизаційних відрахувань, норми витрачання коштів в бюджетних установах, орендна плата, процент за кредит, дотації, субсидії, субвенції, заохочувальні фонди, штрафи, пеня, премії та ін. Особливістю фінансових важелів є те, що вони засновуються на врахуванні економічних інтересів держави, підприємств, організацій, населення [3, с. 44].

Спеціальні фінансові пільги також сприяють створенню сприятливих умов для окремих господарських суб'єктів і застосовуються переважно у вигляді

повного або часткового звільнення від податків, застосування диференційованих ставок оподаткування, виключення певних сум з оподатковуваних доходів, надання права на проведення прискореної амортизації. Одночасно ринковий механізм передбачає створення для всіх підприємницьких структур рівних умов для діяльності, і тому перелік пільг в оподаткуванні не повинен бути значним що в досліджуваному підприємстві не спостерігається [1, с. 98].

До фінансових стимулів належить і фінансування за рахунок державних коштів розвитку галузей народного господарства, їх структурної перебудови, підготовки і підвищення кваліфікації робочої сили, науково-дослідних робіт, природоохоронних заходів. Але в сучасних умовах хронічного дефіциту централізованих фінансових ресурсів обсяг коштів, що направляються на задоволення вказаних потреб, обмежений.

У фінансових важелях важливе місце займають фінансові санкції як особливі форми організації фінансових відносин, покликані посилити матеріальну відповідальність суб'єктів господарювання у виконанні взятих зобов'язань (договірних умов, сплати податків і зборів тощо). Найбільш розповсюдженими серед них є штраф і пеня.

Список використаних джерел:

1. Березівський П.С., Михалюк Н.І. Організація прогнозування і планування агропромислового комплексу; Навчальний посібник. Львів: «Магнолія плюс», 2004. 443с.
2. Баєва О. В. Основи менеджменту: Практикум. О. В. Баєва, Н. І. Новальська, Л. О. Згалат-Лозинська. Київ: ЦУЛ, 2007. 522 с.
3. Кузьмін О. Основи менеджменту: Підручник. Олег Кузьмін, Ольга Мельник. Київ: Академвидав, 2013. 414 с.
4. Михалюк Н.І., Балаш Л.Я. та інші. Планування діяльності підприємств: навч. посіб. Львів «Новий світ» - 2000; 2015. 620 с.

УДК 331.101.5

Марутяк Галина Степанівна, викладач
Томашівська Мирослава Володимирівна, викладач
Клебан Оксана Дмитрівна, викладач
Вишнянський коледж ЛНАУ
(м. Городок, Україна)

ХАРАКТЕРСТИКА МЕТОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

Анотація: Враховуючи складність психологічного характеру людини з поведінкою та діями, коли людину примушують до тих чи інших дій, людина сама вирішує як поводитися. Застосування економічних, соціальних і психологічних методів на практиці, дозволяє своєчасно враховувати мотиви діяльності та потреби персоналу, передбачати перспективи змін конкретної ситуації, приймати та реалізовувати оптимальні управлінські рішення.

Ключові слова: методи стимулювання; праця, мотивація, персонал, стимулювання праці, управління, елементи управління.

Розглядаючи окремі визначення методів стимулювання праці та методів управління можна провести паралель в тому, що ці категорії опосередковано тотожні, оскільки зорієнтовані на досягнення цілей підприємства.

Методи стимулювання праці – це способи управлінського впливу на персонал для досягнення цілей організації, що виходять із закономірностей управління. Згідно із характеристикою в основному виділяють три різновиди методів стимулювання праці: економічні (матеріальні); організаційно-розпорядчі; соціальні або соціально-психологічні.

Центральне місце серед методів впливу на трудову діяльність персоналу через матеріально-трудові відносини, займають економічні методи, яким надається першочергове значення через об'єктивні потреби та інтереси, що є їх основою. Економічні методи впливають на інтереси підприємства та персоналу, стимулюючи діяльність останніх, задовольняючи потреби суспільства через систему податків, банківських кредитів та мотивують персонал до виконання поставлених завдань через заробітну плату, премії, винагороди за інноваційну діяльність.

За допомогою економічних методів можна виявити нові можливості та

резерви. В першу чергу, це стосується змін системи матеріального стимулювання з урахуванням економічних інтересів всіх учасників виробничого процесу. Економічні методи передбачають розробку загальних планово-економічних показників та засобів їх досягнення. При підвищенні дієвості важелів та стимулів, формуються такі умови, за яких персонал спонукають до ефективної діяльності саме економічним стимулюванням.

Серед економічних методів стимулювання праці в управлінні персоналом виділити: планування, господарський (комерційний) розрахунок, ціноутворення (цінова політика), фінансування (фінансова політика), податки, матеріальне стимулювання (заробітна плата, премії, участь у прибутках, матеріальні пільги та виплати). Отже, форми застосування економічних методів, які можуть використовуватися на підприємствах, безмежні та різноманітні. Їх комплексне використання має дозволити підвищити ефективність та продуктивність праці персоналу [1, с. 45].

Організаційно-розпорядчі методи стимулювання праці, як способи впливу на персонал, базуються на владі, дисципліні, відповідальності, покараннях, стягненнях. При застосуванні організаційно-розпорядчих методів необхідно враховувати їх особливості: прямий вплив, що здійснюється на об'єкт управління; обов'язкове виконання адміністративних рішень, визначених вищими керівними органами для підпорядкованих об'єктів; сувора відповідальність у разі невиконання приписаних вказівок та розпоряджень.

Вище вказані методи и базуються на примусі до ініціативної діяльності з урахуванням внутрішніх потреб, справедливому нормуванні і створенні сприятливих умов праці, підвищенні комфорту на робочому місці. Ці групи методів не тільки доповнюють одна одну, через що їх застосовують разом, але й взаємозамінні, що визначається особливостями типу підприємства. Роль організаційно-розпорядчих методів знижується через демократизацію управління та розвиток ринкових відносин, руйнування централізованої адміністративної системи.

Іншу групу методів управління щодо стимулювання активної праці персоналу багато вчених розглядають у комплексі, як соціальні та психологічні методи. На нашу думку, їх варто розмежовувати – це дозволить швидше віднайти сильні сторони та нейтралізувати негативні наслідки, по-перше, і по-друге, соціальні у певній мірі залежать від політичних аспектів, а психологічні більше від стану здоров'я людини, її характеру [2, с. 27].

Під соціальними методами визначають систему засобів та важелів впливу на процеси формування та розвитку як трудових колективів, так і окремих працівників, структуру зв'язків споживачів, інтереси, стимули, соціальні завдання. Ці методи дають можливість визначити окреме місце працівників в колективі, виявити лідерів та забезпечити їм підтримку, пов'язати мотивацію персоналу з кінцевими результатами виробництва, забезпечити ефективні комунікації та вирішення конфліктів в колективі. Таким чином, можна зробити висновок, що вони спрямовані на гармонізацію соціальних відносин в колективі та задоволення соціальних потреб персоналу підприємств.

До складу соціальних методів вчені відносять: соціальне прогнозування, соціальне нормування, соціальне регулювання та соціальне планування. Серед елементів, що регулюються соціальними методами розглядає: соціологічні методи дослідження (анкетування, інтерв'ювання, соціометрія, спостереження, співбесіда), особисті якості (ділові та моральні якості, переваги та недоліки), мораль (державна, суспільна, релігійна, колективна, особиста), партнерство (ділове, дружнє, захоплення, сімейне), змагання, спілкування (міжособове, особове, вербальне, невербальне), переговори, конфлікти (міжособові, особові, рольові, ділові, сімейні). Знання та розуміння соціальних методів управління стимулюванням активної праці персоналу дає можливість керівникові об'єктивно проводити соціальне планування, врегульовувати соціально-психологічний клімат, забезпечувати ефективні комунікації та підтримувати відповідний рівень корпоративної культури.

Психологічні методи спрямовані на конкретну особистість робітника або

службовця і, як правило, строго персоніфіковані та індивідуальні. Вони використовуються з метою гармонізації взаємовідносин працівників підприємства та встановлення найбільш сприятливого психологічного клімату.

Психологічні методи управління мотивацією персоналу покликані забезпечити формування первинних трудових колективів, відповідно до індивідуальних здібностей, нахилів, інтересів працівників і дотримання їх психологічної сумісності та врегулювання відносин між людьми, впливаючи на індивідуальну психологію окремих працівників.

Вчені розглядають такі групи психологічних методів стимулювання праці персоналу підприємств: формування і розвитку трудового колективу – дозволяють підтримувати на оптимальному рівні кількісне співвідношення між працівниками з урахуванням їхньої психологічної сумісності для регулювання групових стосунків усередині колективу; гуманізації стосунків у трудовому колективі – полягають у створенні оптимальних стосунків між працівниками і керівником, утвердження принципів соціальної справедливості; психологічного спонукання (мотивації) – полягають у формуванні у працівників мотивів до високопродуктивної діяльності завдяки розвитку ініціативи та підприємливості; професійного відбору і навчання – дозволяють стимулювати розвиток компетентності співробітників, позитивно впливати на якість їх праці [5, с. 74].

Виділяють основні способи психологічної мотивації персоналу: навіювання – впливу на психіку людини, який пов'язаний із зниженням свідомості при сприйнятті змісту, в умовах відсутності цілеспрямованого активного його розуміння, логічного аналізу та оцінки у співвідношенні з минулим досвідом і даним станом суб'єкта; переконання – зміни думок особи на основі логічної побудови обґрунтованої версії; спадковості, який опирається на властивості людини прагнення до спадкоємства, навіть якщо вона сама цього не усвідомлює; залучення, який активізує виконання яких-небудь дій, не стільки виходячи з інтересів суб'єкта управління, скільки з власних потреб; психологічний тиск, заснований на примусі об'єкту до активізації його страхів.

Існує класифікація елементів, що регулюють психологічні методи: психологічне планування, галузі психології, тип особистості, темперамент, характер людини, спрямованість особистості, інтелектуальні здібності, методи пізнання, психологічні образи, способи психологічного впливу, поведінка, почуття та емоції, стреси.

Отже, психологічні методи застосовуються для забезпечення зростаючих соціальних потреб людини, його всебічного гармонійного розвитку і підвищення на цій основі трудової активності окремих працівників і ефективної діяльності колективу.

Список використаних джерел:

В Василенко В. О. Ситуаційний менеджмент : навч. посібник. 2-ге вид., випр. та допов. К. : Центр навч. л - ри, 2005. 372 с.

В Виноградський М. Організація праці керівника: навч. посібник. Київ, Кондор, 2003. 516 с.

В Конфліктологія : підручник для студентів вищих навчальних закладів. Харків : Право, 2009.

В Михайлова Л. І. Управління персоналом: навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2007. 248 с.

5. Менеджмент персоналу : навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів / за ред. В. М. Данюк. К. : КНЕУ, 2004. 398 с.

УДК 658.016

Мачульська Марина Миколаївна
студентка 1 курсу за спеціальністю Менеджмент
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова
(м. Хмельницький, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ І ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Анотація: На сучасному етапі розвитку відбуваються постійні зміни тенденціях менеджменту. Практичні зміни вносять корективи у загальну теорію менеджменту та впливають на його практичну частину.

Ключові слова: сучасний менеджмент, тенденції розвитку, інновації, цілі, аспекти.

Метою написання роботи є дослідження менеджменту, його тенденцій та особливостей в сучасних умовах.

Менеджмент як наука розвивається відповідно до законів і закономірностей розвитку суспільства та економіки, а в практичній площині реалізується під впливом тенденцій, реалій сьогодення.

Сучасна тенденція розвитку менеджменту знайшла своє відображення у поділі менеджменту на різні види: менеджмент персоналу, інноваційний, інформаційний, креативний, маркетинговий, глобалізаційний та ін.

На думку вчених, "сучасні компанії звертають увагу на управління якістю, соціальне, екологічне, міжкультурне та креативне управління як відносно незалежні системи управління, засновані на принципах методу процесу та оптимізації процесів управління" [3, с.40].

Сучасний менеджмент надає великого значення плануванню в ринкових умовах. В той же час, з розвитком державного індикативного планування має посилюватися та поглиблюватися планування на базовому рівні — в об'єднаннях та на підприємствах, а також внутрішньо-виробниче планування та управління [2, с.35].

Менеджмент стає все більш інноваційним. Він орієнтований на управління нововведеннями та власний розвиток: з кожним роком з'являються та

поширюються нові підходи та нові методи управління, тоді як старі методи частково забуваються, а частково стають щоденними завданнями.

Аспектами сучасного менеджменту є наука і мистецтво, суб'єкт управління, вид діяльності та процес прийняття рішень.

Як наука і мистецтво управління він ґрунтується на теоретичних положеннях загального менеджменту. Визначальними є закони та закономірності динамічних систем, а також принципи, функції, форми й методи цілеспрямованої діяльності людини у процесі управління цими системами.

Як вид діяльності та процес прийняття управлінських рішень менеджмент – це сукупність процедур, що формують загальну схему управління інноваційним процесом. Ця сукупність складається з відповідних функцій управління, кожна з яких поділяється на окремі види роботи (етапи), які пов'язані з різними видами діяльності підприємства і виконуються у відповідному порядку.

Сучасний менеджмент як апарат управління інноваціями передбачає створення певної ієрархічної організаційної структури, що включає спеціалізовані підрозділи управління та керівників різних рівнів, які мають право приймати та реалізовувати відповідні управлінські рішення та нести відповідальність за їх результати [1, с. 9-10] .

Тому, основними цілями сучасного менеджменту слід вважати:

- 1) забезпечення довгострокового функціонування інноваційного процесу на основі ефективної організації всіх його складових елементів і систем;
- 2) створення конкурентоспроможної інноваційної продукції, технологій найбільш ефективним і оптимальним шляхом [1, с. 15-16] .

На початку XXI століття набули популярності ще кілька різноманітних систем управління:

- взаємовідносин з клієнтами (CRM – Customer Relationship Management), у яких основний наголос робили на профіль клієнта, його позиціонування і досвід;
- раціоналізація діяльності на основі зіставлень (Benchmarking) через вивчення позитивного та негативного досвіду запровадження різноманітних

методик управління в інших організаціях.

Для реалізації окремих видів діяльності організації та функцій управління у сучасному менеджменті часто використовується частковий управлінський аутсорсинг, який полягає у залученні консультантів – спеціалістів у сфері менеджменту, які вивчають певні управлінські та виробничі проблеми, синтезують, опрацьовують інформацію та формуують раціональні рішення щодо усунення певних негативних симптомів у діяльності організації, ставлять перед кожним працівником цілі, визначають їх відповідальність за досягнення цілей як особистих, так і всієї організації загалом.

Кінцевою метою менеджменту на сучасному етапі є досягнення стрижневих компетенцій організації через оптимальне поєднання усіх видів ресурсів, знань, вмінь, технологій, які відрізняють організацію від її конкурентів в очах споживачів [4, с. 40] .

Список використаних джерел:

1. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 400 с.
2. Яшкіна Н.В. Основні характеристики сучасного менеджменту . *Економіка та держава*. 2010. № 7. С. 35-36.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2010_7_11 (дата звернення 11.04.2021)
3. Вергун, В.А. Ступницький, О.І. Черленяк, І. І. Фірма в умовах глобальної нестабільності: виклики, можливості та ризики нової економіки: монографія / за заг. ред. д-ра держ. упр. І.І. Черленяка. У.: Аутдор- Шарк, 2015. 460 с.
4. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: навч. посіб. Т.: Крок, 2017 р. 252 с.

УДК: 005.73:658.114.44

Мінаков О.В., к.е.н., фінансовий директор,
ПрАТ «Каховський завод електрозварювального устаткування»
(м. Каховка, Україна)

Трегубенко К.О., студентка
Національний авіаційний університет
(м. Київ, Україна)

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ТОВ «ЗОЛОТИЙ ДИМ»

Анотація: організаційна культура є сполучною ланкою, що з'єднує між собою всі елементи внутрішнього середовища будь якого підприємства в особі співробітників, управлінських рішень, технологій, фінансів.

Ключові слова: організаційна культура, бізнес-середовище, топ-менеджмент, цінності підприємства.

Перші зарубіжні дослідження щодо дослідження проблематики організаційної культури почали проводити в 60-х рр. ХХ ст. Окремі її елементи, а саме ціннісна складова вивчалася в 50-х рр. ХХ ст. в США і Канаді. У 80-х рр. ХХ ст. питання формування організаційної культури та її впливу на підприємство в цілому були віднесені до розряду найголовніших і найбільш досліджуваних проблем менеджменту в США та країнах Європи. В першу чергу, зарубіжні вчені розглядали поняття організаційної культури, як соціального явища з точки зору характеристики діяльності підприємства та членів його колективу, методів їх роботи з клієнтами і формами взаємин.

Найбільш вдале на наш погляд визначення поняття організаційна культура було наведено Харчишина О.В., яка під останнім розуміла «...комплекс базових цінностей, які домінують у суспільній системі та мають своєю метою вирішення певних проблем або досягнення певних цілей» [1].

В різних джерелах організаційна культура в основному розглядається як:

- набір колективних ідеологічних: уявлень, цінностей, установок, звичаїв або характеристик;

- норми, стандарти, принципи, формальні обмеження, заведений порядок;

- формальна і неформальна взаємодія;

- набір прийомів, правил і факторів для вирішення проблем;
- модель, манера або спосіб діяльності, поведінки і мислення на підприємстві, методи та технічні прийоми;
- підсистема зразків, норм, ролей, що відповідають певним цінностям;
- «метафора» підприємства;
- символічні аспекти підприємства.

Організаційна культура виступає, як сукупність культурно-психологічних чинників, які існують всередині підприємства, завдяки яким відбувається згуртування співробітників, формування сприятливої робочої атмосфери і підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Слід відзначити, що в даний час організаційна культура все більше розвивається і набирає популярність бізнес-середовищі. Топ-менеджмент прагне підвищити рівень організаційної культури підприємства, так як ефективна і стабільна організаційна культура допомагає формувати позитивну думку про підприємство у споживачів, потенційних постачальників, клієнтів, тим самим впливаючи на їх подальшу співпрацю. Наприклад, на підприємстві з «важкою» атмосферою і низьким рівнем згуртованості співробітників продуктивність праці буде теж низькою.

Формування організаційної культури підприємства, в широкому сенсі, досить складний і тривалий у часі процес, який відбувається незалежно від організованості або стихійності - і має характеризуватися всесторонністю і комплексністю вивчення об'єкта дослідження, системністю здійснення необхідних процедур, їх регулярністю, терміновістю і систематичністю проведення протягом усього періоду дослідження.

Для аналізу нами було обрано підприємство ТОВ «Золотий Дим». Товариство з обмеженою відповідальністю було засновано 30 червня 2005 р. Основний вид діяльності підприємства – це виробництво різних виробів з деревини; виготовлення виробів з корок, соломки та рослинних матеріалів для плетіння. Підприємство здійснює зовнішгъоекономічну діяльність. Основні

торговельні партнери знаходяться у Китаї, Індії та Польщі.

Для дослідження типу організаційної культури нами було обрано модель К. Камерона і Р. Куїна *OCAI* [2]. Ця методика є найефективнішою у дослідженні організаційної культури підприємства. Завдяки їй можна уявити повну картину організаційної культури відповідно до цінностей підприємства. ТОВ представляє собою підприємство, де велика увага приділяється внутрішній підтримці гнучкості, тобто менеджмент піклується про співробітників і формує доброзичливе ставлення до клієнтів підприємства. Існують певні складності у довгостроковому плануванні, але при домінуванні цього типу культури існує впевненість, що співробітники поділяють однакові цінності підприємства.

Для кращого аналізу організаційної культури і розуміння існуючих проблем на підприємстві було проведено анкетування серед працівників ТОВ «Золотий Дим» [3]. Для дослідження організаційної культури на підприємстві було розроблено анкету, де працівники мали надати відповіді на поставлені запитання, які безпосередньо стосувалися рівня організаційної культури на підприємстві. За результатами проведеного анкетування було виявлено, що сумарний ступінь задоволеності знаходиться на рівні – вище середнього, що є гарним результатом. Найменше задоволені співробітники соціально-психологічним мікрокліматом, проте, це може бути пов'язано з тим, що переважна більшість працюючих є чоловіки, для яких жалітись є невластивою характеристикою, на противагу цій складовій, загальним соціальними програмами співробітники задоволені. Найвищі бали співробітники віддали організації дозвілля, а також можливості професійного зростання і нематеріальним засобам мотивації.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що керівництву ТОВ «Золотий Дим» необхідно приділяти більше уваги соціальному розвитку колективу. З проведеного дослідження було виявлено, що працівники незадоволені соціально-психологічним мікрокліматом в колективі, який є однією з найважливіших складових організаційної культури [4]. Всі інші фактори успіху

організаційної культури знаходяться на досить високому рівні.

Список використаних джерел:

1. Харчишина О.В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : монографія. Житомир: Вид-во Житомирського державного університету, 2011. 290 с.
2. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 320с.
3. Гайдай Ю.В. Концептуально-методичні підходи інноваційної організаційної культури на підприємствах торгівлі. *Економіка і регіон*. Полтава, 2012. №1 (32). С. 168–172.
4. Білявський В.М. Соціальний пакет як інструмент мотивування персоналу торговельного підприємства. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2007. № 6. С. 62–68.

УДК 615.12:614.273:338.46

Миронець Я.П., здобувач вищої освіти
Київський національний торговельно- економічний університет,
(м. Київ Україна)

ПОМИЛКИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ В КАТЕГОРІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Анотація: Розглянуто деякі помилки, які можуть виникнути під час формування асортименту в роботі категорійного менеджера. Описана їх сутність та наведені приклади.

Ключові слова: «Ефект білочки», товарний канібалізм, «Роги Ісиди», категорійний менеджмент, формування асортименту.

Асортимент навіть не дуже великого роздрібного магазину може становити 10 тисяч і більше найменувань. Керувати такою кількістю товарів надзвичайно непроста і трудомістка задача. В процесі управління асортиментом категорійні менеджери часто допускають помилки. Наприклад такі, що призводять до «Ефекту білочки», товарного канібалізму, «Рогів Ісиди». Для того щоб не виникало таких наслідків потрібно бути проінформованим, тому розглянемо детальніше названі поняття.

«Ефект білочки» - це ефект перевантаження свідомості від надлишку товарів в асортименті. Він базується на спостереженнях за білкою, яка в свідомості має тільки дві домінуючі програми. Перша програма говорить, що «при вигляді маленького предмета його потрібно з'їсти». Друга програма: «при вигляді великого предмета потрібно бігти». Коли людина (великий предмет) пропонує білці горішок (маленький предмет), то білочка «зависає» - дві програми вступають в протисторова. Подібне відбувається і з людиною, коли їй потрібно зробити вибір з дуже великої кількості однорідних зі схожими характеристиками предметів. Наприклад, з 15 сортів зеленого горошку або 30 видів шампунів.

За дослідженнями психологів, в одній категорії товару людина може сприйняти, запам'ятати і вибрати за правилом 7 ± 2 близько 7 брендів або товарів з однорідними властивостями. Не потрібно перевантажувати категорію зайвою кількістю брендів, адже людина все одно запам'ятає приблизно 7 провідних

брендів, які асоціювалися з даною категорією. З них лідерами продажів стануть 2-3 провідних, інші бренди і марки будуть «для асортименту». Тому, щоб не втягувати покупця в стан «білочки», слід ретельно продумувати кількість товарів і не ставити людину перед занадто широким вибором [1, с. 74].

Також неправильно сформований асортимент може призводити до такого явища як товарний канібалізм. За своєю суттю це процес витіснення новим товаром уже присутнього в асортименті, який має свою певну частку. При цьому для клієнта немає особливої різниці між цими позиціями, бо в його уявленні вони рівнозначні. Тобто в асортименті є певна позиція, але менеджер відділу закупівель вирішує розширити її ще однією аналогічною позицією. Але проблема в тому, що ці позиції дуже схожі і за ціною, і за функціоналом, і за характеристиками. Проте в ідеальному варіанті, коли асортиментна матриця складена і працює, такої ситуації бути не повинно, але факторів, що впливають на формування будь-якої структури буває безліч.

Отже, коли в асортименті представлені кілька практично рівнозначних позицій, так чи інакше вони обидві продаються. Але частка продажів однієї, швидше за все, буде більше, рідко коли продажі будуть рівноцінними. При цьому варто відзначити, що якщо одну з позицій вивести з асортименту і тим самим позбавити себе продажів по ній виручка не зміниться, тому що вона просто перерозподілиться на товар, що залишився [2]. Помилятися можуть навіть компанії-лідери з великим штатом аналітиків і бізнес-консультантів. Наприклад, компанія "Вімм-Білл-Данн" на початку 2000-х років зіткнулася з такою проблемою через надмірний поділу ринку соків на сегменти. Спочатку, коли асортимент компанії складався з марок J7, Rio Grande і 100old Premium, проблем не було. Але як тільки компанія додала бренд «Любимый сад», почалося витіснення одних марок іншими, оскільки всі соки практично не відрізнялися за ціною [3].

«Роги Ісиди» - термін, що позначає такий ефект в побудові асортиментної матриці, коли в товарах однієї категорії або в матриці цілком порушена

пропорція цінових сегментів. Назва походить від імені єгипетської богині Ісиди, зображуваної з головою корови, увінчаною великими рогами. «Роги» стають помітними, коли з товарів однієї категорії зникає середній ціновий сегмент і залишаються тільки дуже дешеві і дуже дорогі товари. Цей ефект може спостерігатися не тільки при неправильній ціновій політиці, а й при неправильній викладці товару, коли дешеве і дороге поруч, а середній сегмент викладений окремо і не відразу видно покупцям. Результатом такої помилки стає падіння продажів і відтік покупців.

Якщо категорійні менеджери не проводять єдину узгоджену цінову політику в рамках всієї компанії, то може виникнути ситуація, коли один фахівець, наприклад, заводить в асортимент дешеву ковбасу, а інший - тільки дорогий сік. Покупець, як правило, купує товари в подібних цінових сегментах - той, хто прийшов за дешевою ковбасою, зазвичай шукає недорогий сік. В результаті покупець не знаходить потрібного йому соку і йде за соком в інший магазин (де додатково купує і ковбасу, і все інше). Це приклад виникнення «Рогів Ісиди» на рівні категорій товарів. Але можлива ситуація, коли в одній категорії менеджер неправильно підібрав асортимент і запропонував покупцеві вибір серед найдешевшого або найдорожчого товару. Середній сегмент відсутній і в результаті продажі падають [1, с. 68].

Отже правильно сформований асортимент відіграє важливу роль, адже через неправильне формування асортименту виникає ціла низка процесів, яка призводить до втрати найголовнішого- прибутку та споживачів.

Список використаних джерел:

1. Сысоева С., Бузукова Е. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. Санкт-Петербург: Питер, 2015. 400 с.
2. Товарный каннибализм. Что к чему URL: <https://blogmarketologa.ru/>
3. formarketolog/experience/tovarnyj-kannibalizm-chto-k-chemu/.
4. Каннибализация продаж URL: <https://seoblog.life/other/kannibalizatsiya-prodazh.html>.

*Науковий керівник: Білявська Ю.В., к.е.н., доцент,
Київський національний торговельно- економічний університет*

УДК 331.101.3

Н. Михалюк, к.е.н., доцент
кафедри менеджменту ім. проф. Є.В.Храпливого
Львівський національний аграрний університет
(м. Дубляни, Україна)

ЗМІСТ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК ЕЛЕМЕНТУ УПРАВЛІННЯ В ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: Кожен з працівників підприємства має свої особисті інтереси й унікальні потреби, і кожен з них потребує як моральної, так і матеріальної мотивації своєї праці. Якщо працівники підприємства відчуватимуть, що вони роблять великий вклад у його функціонування, що вони потрібні і причетні до вирішення важливих питань, і бачитимуть, що їхня праця винагороджується не тільки в матеріальній формі, що в кінцевому результаті призведе до збільшення самовіддачі кожного з працівників і до зменшення плинності кадрів.

Ключові слова: праця, мотивація, персонал, стимулювання праці, управління, елементи управління.

Спроби пояснити поведінку людини і сприяти підвищенню трудової діяльності робилися вже на перших етапах зародження суспільного виробництва, тому проблеми спонукання персоналу до активної трудової діяльності ніколи не втрачають своєї актуальності. Інтенсивне дослідження даної категорії безперечно пов'язане із значним впливом соціально-психологічних факторів на формування і розвиток економічних процесів, із ускладненням форм і способів участі людини у виробничій діяльності, із розвитком методологічних основ міждисциплінарного підходу вивчення цього питання.

Однак сама теорія, як показує практика, не може вирішити проблем, що виникають у керівників. Основними характеристиками потреб є:

- чинність;
- періодичність виникнення; з
- асоби задоволення;
- предметний зміст.

Потреби у свідомості людини перетворюються на інтерес або мотив, який і спонукає людину до певної цільової дії. Тобто стимулювання праці – це спонукання людини до активності, пов'язане з намагання задовольнити певні

потреби [4, с. 16].

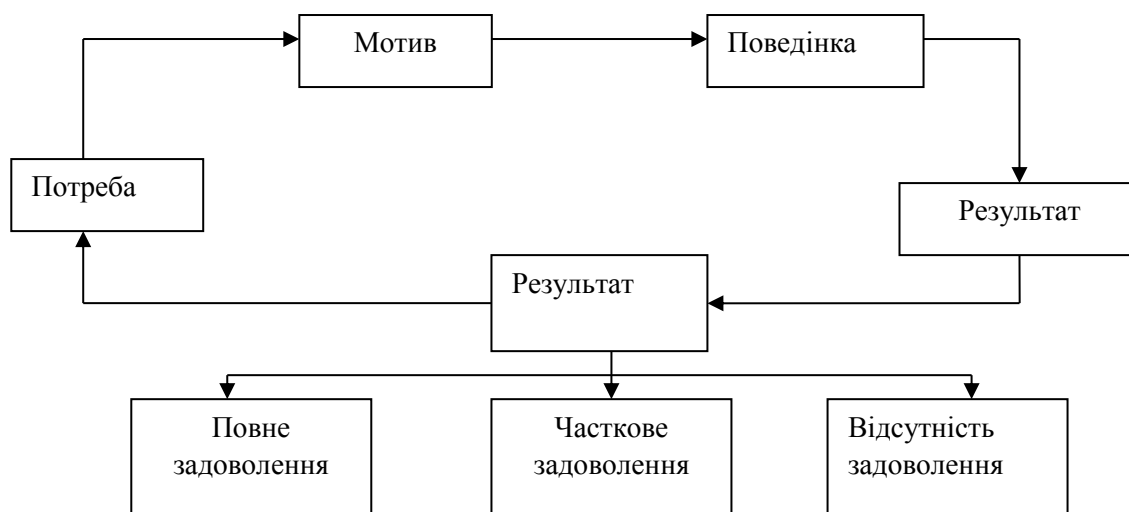


Рис. 1. Схема моделі стимулювання праці через потреби

Якщо людина керується другою групою мотивів, то вона відчуває свою приналежність до чогось високого, що приносить добро, бачить, що хтось в ній потребує. Життєвий цикл стимулювання праці поділяється на 4 основні стадії, які представлені на рис. 2.

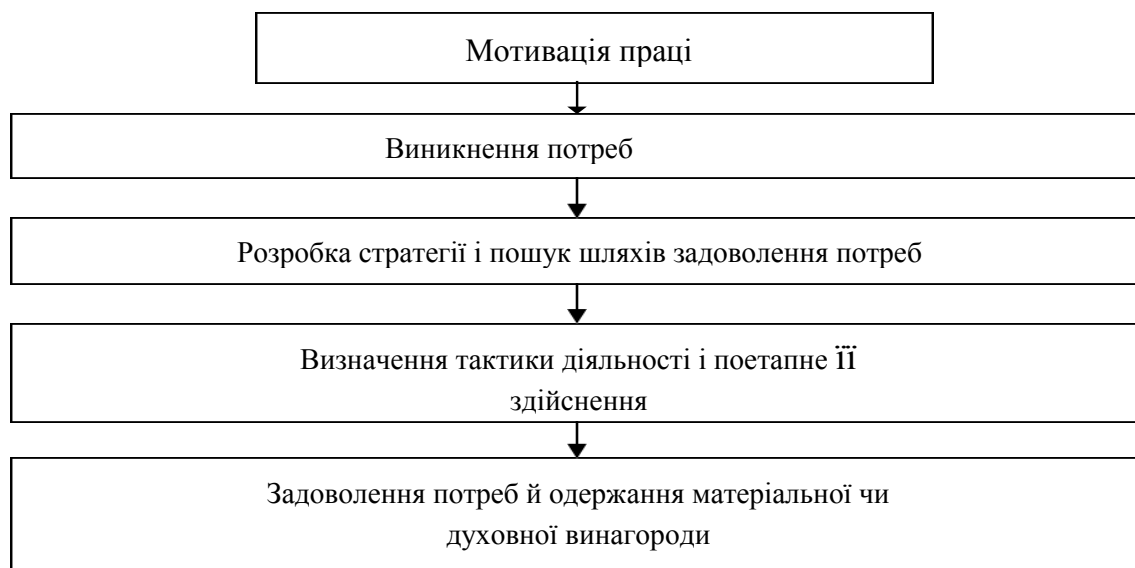


Рис. 2. Алгоритм процесу формування основних стадій стимулювання праці

Якщо розглядати економічні складові стимуляційної системи, то заробітна плата виконує найважливішу функцію. Низький рівень оплати праці не буде задовольняти робітників, що призведе до втрати кваліфікованих працівників,

високої плинності кадрів. А навчання нового персоналу потребує великих затрат часу і коштів, що негативно відображається на функціонуванні цілого підприємства [4, с. 46].

Менеджери втілюють свої рішення в справі, застосовуючи на практиці основні принципи стимулювання активної праці персоналу. У даному контексті, тобто відносно управління, можна дати наступні визначення поняттю «стимулювання праці персоналу» (рис. 3.)

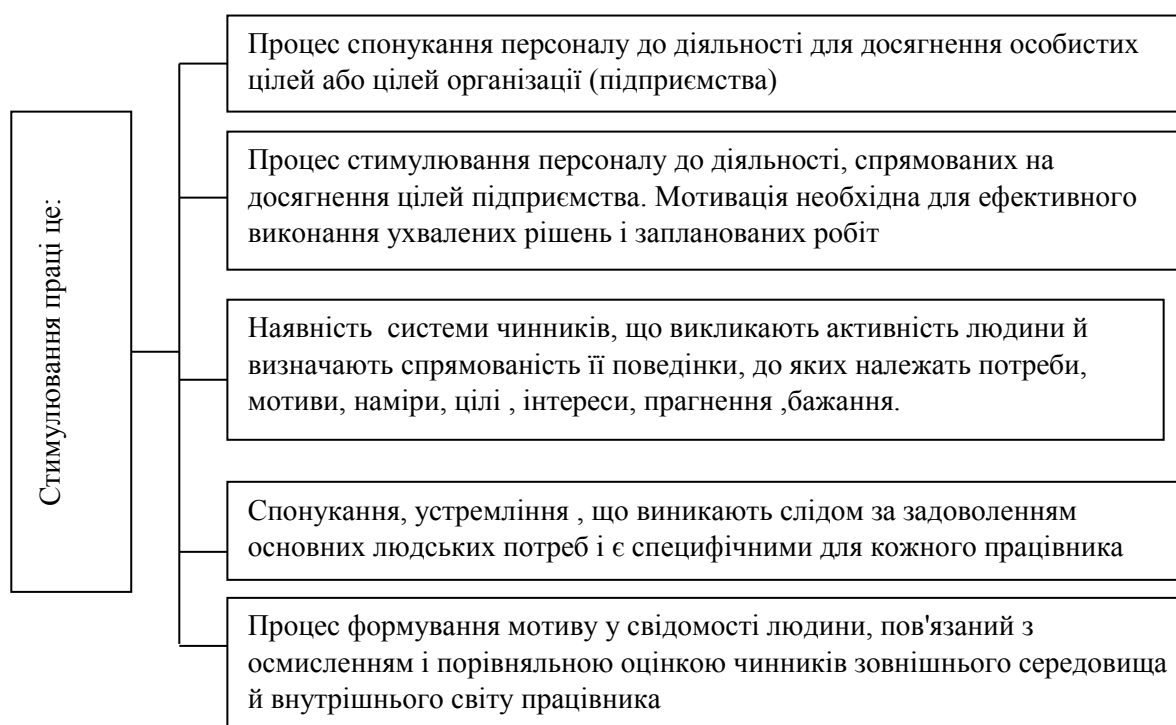


Рис. 3. Характеристики стимулювання праці персоналу

Результатом цього процесу є наявність або відсутність мотивації до тієї або іншої діяльності, а також сила мотиву. У цих визначеннях варто особливо виділити, що мотивація пов'язана із цілями індивідуума, групи, організації; це процес, тобто сукупність послідовних взаємозалежних дій; мотивація є причинно-наслідковим зв'язком; мотивація характеризується індивідуальною структурою й силою мотивів.

Залежно від характеру і природи виникнення в літературі виокремлюють такі основні види потреб: у матеріальній (грошовій або натуральній) винагороді за працю, оскільки вона є джерелом засобів існування; змістовній,

цікавій праці, яка надає простір для самореалізації людини; суспільній корисності праці, адже те, на що витрачено фізичну й розумову енергію, має бути комусь потрібне; досягнення відповідного уявленню людини соціального статусу (повага, визнання, службове просування); духовній діяльності людини, яка включає не лише інтелектуальну (освіту, підвищення кваліфікації тощо), а й інші види діяльності, що породжуються внутрішнім станом людини (користування культурним надбанням, естетичний розвиток); безпеці та захисті трудової діяльності; певному рівні інтенсивності праці.

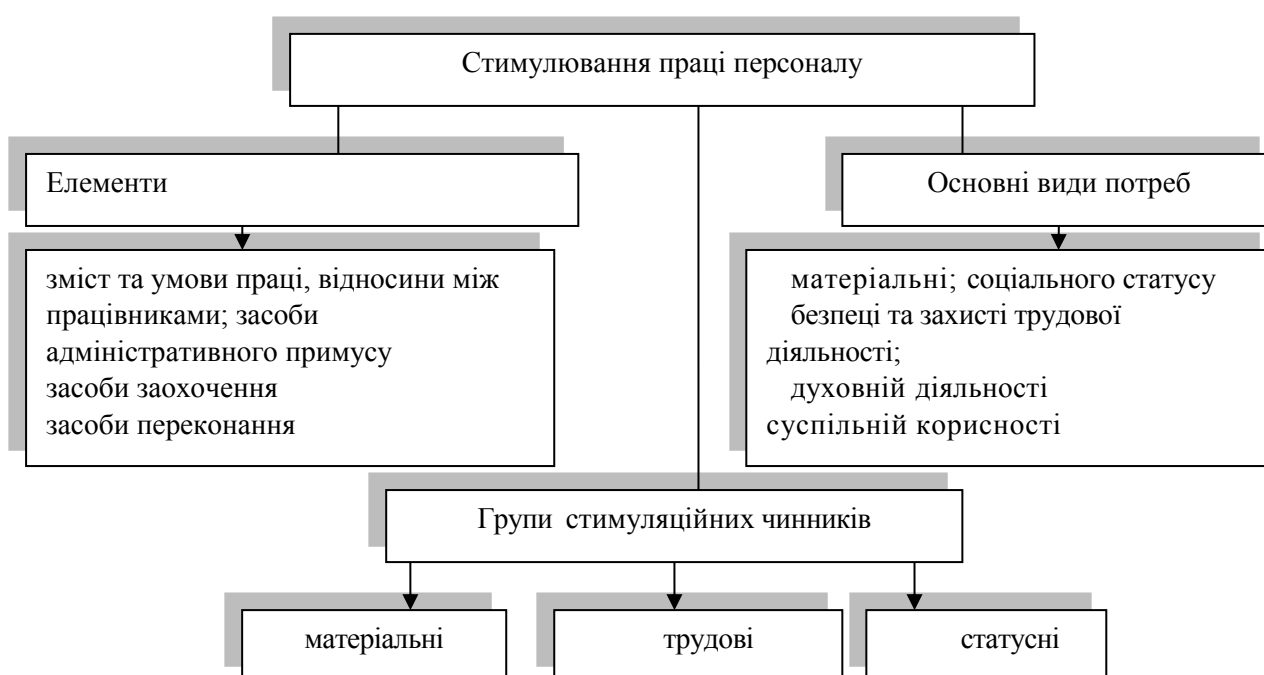


Рис. 4. Класифікація груп стимулювання активної праці персоналу, її елементи і види

Матеріальні мотиви, безумовно, відіграють важливу роль у визначенні трудової поведінки працівників, однак це не означає, що нематеріальні мотиви і стимули є другорядними. Сучасна практика господарювання незаперечно свідчить, що роль нематеріальних мотивів та стимулів постійно зростає [1, с. 92]. Отже, ідеться про складову внутрішньої мотивації праці, про сукупність внутрішніх рушійних сил поведінки людини, що пов'язані з роботою як такою. Матеріальну стимуляцію праці слід розглядати як похідну від комплексної дії

низки макро- та мікроекономічних чинників, у тому числі: рівня заробітної плати та її динаміки; наявності прямої залежності рівня заробітної плати від кількості, якості й результатів праці; диференціації заробітної плати на підприємстві та в суспільстві в цілому; структури особистого доходу; матеріального забезпечення наявних грошових доходів тощо.

Стимулювання праці є атрибутом свідомості людини як чинник, що активізує діяльність або спричинює її припинення. Стимулювання праці сприяє досягненню прийнятної і стимульованого рівнів індивідуальної результативності праці, а звідси – і піднесенню професійного рівня працівника [2, с. 78].

Заохочення самостійності і підприємливості працівників для надання можливості повної реалізації творчого потенціалу включає: фактори, що створюють такі можливості: максимальне делегування повноважень; право висловлювати і відстоювати власну думку; надання єдиного статусу всім працівникам; підтримка ентузіастів; терпимість до невдач; стимулюючі фактори: формування у працівників підприємства почуття переможців; груповий принцип організації всієї роботи, взаємний контроль колег, зацікавлених у результатах спільної праці; система щорічних атестацій у формі співбесіди начальника і підлеглого.

Список використаних джерел:

1. Виноградський М. Організація праці керівника: навчальний посібник. Київ. економ. ін-т менеджм. К.: Кондор, 2003. 516 с.
2. Конфліктологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Харків : Право, 2009. 321с.
3. Михайлова Л. І. Управління персоналом : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. 248 с.
4. Менеджмент персоналу: навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів / за ред. В. М. Данюк. К. : КНЕУ, 2004. 398 с.

УДК 65.012.32(045)

Н. Михалюк, к.е.н., доцент
кафедри менеджменту ім. проф. Є.В.Храпливого
Львівський національний аграрний університет
(м. Дубляни, Україна)

Г. Гринишин, к.е.н., доцент,
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені Степана Зеноновича Гжицького
(м. Львів, Україна)

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація: Необхідність використання методів управління очевидна, так як вони дозволяють своєчасно враховувати мотиви діяльності і потреби працівників, приймати оптимальні управлінські рішення. Успіх діяльності певного підприємства залежить від правильного застосування різних форм соціально-психологічних впливів, які і формують здорові міжособистісні відносини. Важливо відзначити, що ефективне управління можливе лише на основі поєднання, нерозривної єдності трьох груп методів – адміністративних, економічних і соціально-психологічних.

Ключові слова: методи управління, метод, праця, мотивація, персонал, стимулювання праці, управління, елементи управління.

В основі застосування сучасних методів менеджменту намітилося кілька головних напрямків:

– розвиток особистості працівника в цілях ефективного використання його трудового потенціалу. Це здійснюється шляхом надання можливостей удосконалювати майстерність, розвивати здібності, підвищувати знання, проявляти самостійність, збільшувати різноманітність праці;

– зміна основних форм мотивації праці, які в сучасних умовах являють собою нерозривне поєднання моральних і економічних форм стимулювання;

– розвиток виробничої демократії.

Суть розвитку виробничої демократії в переході від жорстких авторитарних форм управління працею до гнучких колективних форм, розширення прав участі рядового працівника в управлінні, надання йому можливості широко висловлювати свою думку і брати участь в засудженні виробничих проблем. Наприклад, формування автономних бригад. Керівництво

компанії делегує бригаді ряд функцій планування, контролю, оплаті праці, право самостійного вибору бригадира.

У сучасних підприємствах використовують аналітичні системи оплати праці, особливістю яких є диференціальна оцінка в балах складності виконуваної роботи з урахуванням кваліфікації виконавця, фізичних зусиль, умов праці. При цьому змінна частина зарплати (премії, заохочення, бонуси), яка використовується в якості заохочення за підвищення якості продукції, економії сировини, зростання продуктивності, досягає 1/3 заробітної плати [2. ст 33].

Крім матеріального стимулювання використовуються інші види заохочення. Наприклад, підприємства практикують цінні подарунки та туристичні поїздки, а також різні види подяк, звань, символічні нагороди. При цьому розроблений цілий ритуал вручення винагороди або пояснення подяки.

Розуміння того, що кваліфікація працівників і їх бажання працювати стає головною продуктивною силою і рушійним початком виробництва, спричинило за собою переорієнтацію стратегії управління найбільших підприємства на мотивацію праці, отримання великих знань, вмінь, трудових навичок, підприємливості персоналу. Велика увага в підприємствах компаніях приділяється навчанню та підвищенню кваліфікації персоналу.

Особливу роль у використанні трудового потенціалу відіграють повноважні кадрові служби. Незважаючи ні на що управління персоналом є найбільш характерною областю діяльності, в рамках якої підприємства наочно демонструють якісну відмінність свого практичного досвіду.

Для вдосконалення системи управління можна використовувати такі методи управління як: систематизація процесу знаходження ідей щодо розвитку системи управління персоналом, впровадження гнучкого робочого часу і гнучкого робочого місця, поділ посад, спеціальні програми стимулювання працівників підприємства.

Використання такого методу, як систематизація процесу знаходження ідей щодо розвитку системи управління персоналом матиме на підприємствах

істотний позитивний вплив.

У процедурі відбору необхідно приймати об'єктивні рішення, використовуючи різні тести і професіональну діагностику. При прийомі на роботу в підприємство, особливо на посадах технічного персоналу, доцільно вимагати рекомендації з попередніх місць роботи (щоб виключити прогули, пияцтво і т.п.). Система мотивації персоналу є важливою частиною системи управління персоналом. Керівник, роблячи зауваження підлеглим, висловлюючись схвально на їхню адресу, розподіляючи премії, повинен пам'ятати, що в цей момент він впливає на майбутній результат.

Метод впровадження гнучкого робочого часу і гнучкого робочого місця дає можливість для самореалізації працівника. Гнучке робоче місце на додаток до змінного графіку, поділ обов'язків однієї штатної одиниці між двома працівниками дозволить збільшити число робочих місць, що має привести до зростання зайнятості населення, а також дасть можливість працівникам виконувати завдання вдома (це особливо актуально для керівних працівників і фахівців, які змушені залишатися на робочому місці допізна) або на іншому робочому місці, якщо обов'язки працівника вимагають постійних роз'їздів.

Поділ посад – це надання однієї посади при повному робочому дні двом працівникам, кожен з яких зайнятий, наприклад, щотижня по два з половиною робочих дня. Вони ділять заробітну плату та інші матеріальні цінності, які належать працівникам, зайнятим повний робочий день. Цей метод дозволяє утримати цінних працівників в штаті організації, а також створити додаткові робочі місця.

Спеціальні програми стимулювання працівників організації будуються на основі загальних і спеціальних принципів. До загальних відносяться: політика повної зайнятості, непрямий контроль, особисті стимули, розвиток неспеціалізованої кар'єри, підвищення ступеня різноманітності роботи, особисту участь працівника в прийнятті рішень, додаткові пільги; до спеціальних – специфічність кадрових процедур, єдиний статус працівників, тривала

професійна підготовка, максимальна відповідальність, горизонтальні зв'язки, інституціоналізація змін [5, с. 118].

Сучасні підприємства повинні самостійно розробляти гнучкі прогресивні системи управління, що активізують діяльність працівника, наприклад: створення невеликих творчих груп для вирішення виникаючих проблем, завдань; застосування ефективних засобів контролю за діяльністю персоналу; періодична зміна характеру роботи; розширення сфери діяльності з метою виключення монотонності праці.

Зміна організації праці таким чином, щоб праця приносила працівникові можливість задоволення вищих потреб людини, таких, як самоствердження, зацікавленість і розвиток особистості, – один з напрямків вдосконалення системи мотивації персоналу.

Це досягається шляхом:

- збільшення обсягу роботи (збільшення відповідальності, розширення кола спілкування);

- збагачення змісту праці, тобто розвитку таких характеристик трудового процесу, які дозволяють більш повно використовувати творчі, новаторські і організаторські здібності людини, завдяки чому праця перестає бути монотонною і беззмістовною;

- підвищення реальної віддачі від роботи, тобто працівник і його керівник мають бачити, що результат праці застосовується на практиці. Це особливо важливо для кадрових служб, так як на практиці їх рекомендації і розробки часто залишаються без належної уваги [2, с. 78].

Управління ефективністю починається з ефективного використання методів управління і закінчується заохоченням працівників за їх ефективну роботу і включає 5 етапів (див. рис. 1).

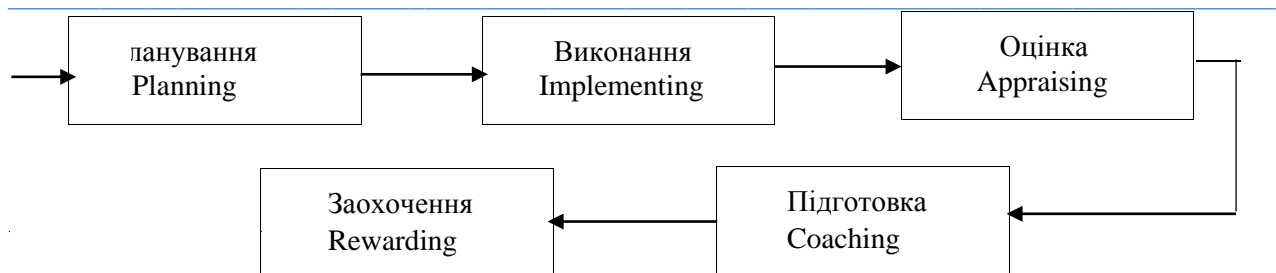


Рис. 1. Основні етапи циклу використання методів управління

Методи управління, що застосовуються на підприємствах, можуть змінити якість товарів та послуг, поліпшити, або навпаки, погіршити їх. Організація може стати конкурентоспроможною, а може, навпаки, втратити свої переваги на ринку. Все це залежить від навичок і вміння менеджера застосовувати оптимальні, актуальні до певної ситуації методи, а також обирати найкращий стиль керівництва трудовим колективом. Отже, ці підходи визначають нові вимоги до підготовки управлінських кадрів, до формування системи методів управління кадрами.

Список використаних джерел:

1. Березівський П.С., Михалюк Н.І. Організація прогнозування і планування агропромислового комплексу: навчальний посібник. Львів: «Магнолія плюс», 2004. 443с.
2. Баєва О. В., Новальська Н. І., Згалат-Лозинська Л. О. Основи менеджменту: практикум. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 522 с.
3. Кузьмін О., Мельник О. Основи менеджменту: підручник. Київ: Академвидав, 2013. 414 с.
4. Мартиненко М. Основи менеджменту: підручник. Київ: Каравела, 2005. 494 с.
5. Планування діяльності підприємств: Навчальний посібник. / Михалюк Н.І., Балаш Л.Я. та інші. Львів «Новий світ- 2000». 2015. 620с.

УДК 658

Москвіна А.В., студент
Київський національний торговельно-економічний університет,
(м. Київ, Україна)

КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Анотація: коротко про еволюцію категорійного менеджменту та його вплив на асортимент товарних категорій в магазинах.

Ключові слова: категорійний менеджмент, управління асортиментом, асортимент, формування асортиментом, роздрібна торгівля.

Вперше категорійний менеджмент був використаний компанією Procter&Gamble у 1990-х роках, коли товари поєднували в категорії за спільними властивостями для споживачів, а не за принципом виробництва. В той час це було революційне рішення – ділити товар на категорії так, як їх сприймає споживач, проте зараз ця проста ідея здається природньою [1].

За В. Затейкіним, Л. Зомчак та Х. Петрик, тлумачення категорійного менеджменту звучить саме так: це комплексний підхід до керування асортиментом підприємства, який включає набір інструментів, процесів та сукупності інформації, за допомогою яких кожен категорію товару розглядають як самостійну бізнес-одиницю, а також керують нею задля максимального задоволення потреб споживачів та досягнення оптимальної ефективності діяльності підприємства загалом [2, с.140].

Тож категорійний менеджмент можна описати як процес управління товарним асортиментом магазину з метою його розвитку відповідно до величини і структури споживчого попиту і за умови ефективного використання трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів. Проте важливо пам'ятати, що впровадження системи категорійного менеджменту на підприємстві вимагає значної перебудови всієї структури торгівлі, системи розподілу ресурсів, відповідальності і повноважень персоналу [3, с.118].

Завдяки впровадженню категорійного менеджменту підприємство може виділити потреби споживачів, збільшити відчуття комфорту в торговельній залі покупців, що в свою чергу призводить до росту лояльності зі сторони цільової

аудиторії. Більше того збільшується оборот усіх позицій асортименту, покращуються відносини з постачальниками, кожен з яких тепер точно знає, яке місце займає в торгівельній точці, а також з'являється можливість отримання більш коректної аналітики темпів продажу.

Так само як категорійний менеджмент можна назвати інструментом для управління асортиментом, так само формування асортименту вважають одним з інструментів категорійного менеджменту для підвищення прибутковості та конкурентоспроможності підприємства [4].

Підприємства роздрібної торгівлі повинні контролювати асортимент їхнього магазину, адже саме в міру широкий та достатньо глибокий асортимент допоможе заохотити споживачів повертатися в магазин. Тим не менш, важливо враховувати спеціалізацію магазину (якщо вона є).

При формуванні асортименту за допомогою категорійного менеджменту перш за все визначають роль та стратегії товарних категорій / підкатегорій. Доля SKU та місце в торговельній залі, яке вона займає, залежить від полі товарної категорії, тобто від її важливості для споживача. Далі будують товарний класифікатор (дерево категорій), хоча, на жаль, часто недооцінюють важливість цього кроку. Він допомагає визначити глибину та ширину для кожної товарної категорії за роллю. Також завдяки дереву категорій відображають послідовність прийняття рішення споживачем. Наступним кроком є визначення кількості SKU магазину та кожної категорії. На даному етапі враховується торгівельна площа магазину, його модель / спеціалізацію та асортиментна політика (стратегія) мережі. Також при визначенні кількості SKU окремої категорії варто враховувати її важливість для цільової аудиторії, тобто роль та стратегію, цільові показники товарообороту, валового прибутку та частки в загальних показниках. І останнім пунктом при формуванні асортименту є наповнення його товарних категорій конкретними товарами. Саме на цьому етапі об'єднують показники ринка, частки брендів та товарні категорії в цілому на ринку, знання категорійного менеджера та статистику показників магазину [4].

На основі вище сказаного, категорійний менеджмент – інноваційна система управління асортиментом як з боку постачальника, так і з боку ритейлера. Наразі

підприємства розвиваються шляхом збільшення кількості магазинів, але їх структура, ставлення до покупця та концепція – стратегічно важливі завдання для успішної підприємницької діяльності [2, с.144]. Таким чином, категорією управляють як стратегічною одиницею, яка дає можливість досягти зростання продажів та прибутку завдяки діям, що спрямовані на споживача. А при правильному використанні усіх інструментів категорійного менеджменту, підприємство роздрібною торгівлі адекватно реалізовує товарну політику, оптимізує ефективність використання ресурсного потенціалу [5, с.86].

Вітчизняні підприємства сьогодення починають розуміти переваги впровадження категорійного менеджменту як одного з найбільш ефективних способів організації прибуткової діяльності торговельних мереж в умовах постійної зміни зовнішнього середовища, переходу від «ринку продавця» до «ринку покупця» [3, с.121].

Список використаних джерел:

1. Сысоева С., Бузукова Е. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице. Санкт-Петербург : Питер, 2015. 400 с.
2. Микитюк Н.Є. Впровадження категорійного менеджменту підприємствами FMCG-ринку: сутність концепції та практичні рекомендації / Микитюк Н.Є.// Причорноморські економічні студії. – 40/2019. – С. 139-145. – URL: http://bses.in.ua/journals/2019/40_2019/27.pdf (дата звернення 11.04.2021).
3. Хваль Юлія. Упровадження категорійного менеджменту на підприємствах роздрібною торгівлі. *Економічний аналіз*. 2013. –Т. 12(4). С. 117-122. URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_12\(4\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_12(4)_28)
4. Наталия Колодий. Управление ассортиментом. Категорийный менеджмент на практике. 2020. URL: <https://logist.fm/publications/upravlenie-assortimentom-kategoriynyy-meneditzhment-na-praktike>
5. Білявська Ю.В. Особливості та тенденції категорійного менеджменту підприємств торгівлі. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. №4(60). С. 81-87.

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Білявська Ю.В.
Київський національний торговельно-економічний університет*

УДК 331.108.23:339.378

Невідома К. О., здобувач вищої освіти
за спеціальністю 051 – економіка,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
(м. Сєверодонецьк, Україна)

КЛАСИФІКАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ОЦІНЮВАННЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ КРІ

Анотація: Подано варіант удосконалення класифікація працівників торгової сфери, яка для забезпечення взаємодії працівників та забезпечення найкращого результату враховує особистісні риси окремих груп.

Ключові слова: ефективність, класифікація, персонал, результативність, торгівля, КРІ.

Проблемою, розв'язанню якої присвячена робота, є розробка моделі підбору, аналізу і позначення ключових показників ефективності роботи торговельних працівників взагалі. Метою дослідження є визначення класифікації категорії торговельного персоналу, яка б враховувала особливості праці торгових робітників та забезпечувала складання моделі оцінюванні праці на основі КРІ (ключових показників результативності).

Сучасний ріст значущості торгівлі для зайнятості населення України веде до зростання необхідності ефективного управління. При наявності великої кількості клієнтів, конкурентів та переповнення ринку товарів та послуг керівники повинні вміти працювати з персоналом торгового підприємства. Це зумовлено тим, що робітники цієї сфери мають значний вплив на результати діяльності підприємства, тому що від праці персоналу залежить поведінка клієнтів. Ці обставини зумовлюють необхідність в особливому підході щодо оцінювання праці торгових робітників. Потрібно враховувати поведінку, становище, відношення до роботи кожного працівника окремо, оскільки відношення торгового працівника прямо впливає на його результативність. Такий підхід має враховувати ситуаційні чинники та спиратися не на універсальні рекомендації, а ті, що є влучними для окремої ситуації, як це показано у працях, наприклад [4, 5].

Менеджмент організації торгівлі, або торговий менеджмент, являє собою

процес управління всіма основними аспектами діяльності торгового підприємства. Його покликано формувати найбільш раціональні управлінські рішення з питань розвитку конкретного торгового підприємства, координувати різні напрямки його діяльності та забезпечувати високу ефективність кінцевих результатів цієї діяльності. Т. В. Мазанкова у своїй праці [3] визначає особливості торгівлі, котрі обумовлюють специфічні особливості праці в торгівлі. Слід зауважити, що праця в сфері торгівлі вимагає від людини терпіння, стресостійкості та вміння знаходити підхід до різних людей. Також необхідно мати витримку до фізичного та психічного напруження, котре виникає після тривалого, одноманітного, фіксованого положення тіла: стоячи і сидячи з потребою у великій уважності водночас.

Основною метою торгового менеджменту є забезпечення високих темпів розвитку торгового підприємства в стратегічній перспективі і зростання його конкурентної позиції на споживчому ринку [1, с. 14]. Торговий менеджмент управляє діяльністю торгового підприємства. Крім того, цей процес передбачає працю з персоналом, яка націлена на покращення рівня ефективності торгових працівників. Це допоможе підвищити результат діяльності торгового підприємства.

Менеджерам магазину необхідно контролювати витрати, тому вони обережно підходять до питань підвищення заробітної плати. Менеджери відповідають перш за все за обсяг продажів і прибуток магазину, а досягнуті ними показники є основними критеріями оцінки роботи керуючих. Згідно за М. Леви та Б. А. Вейтцем [2, с.300] у великих торгових мережах керівники магазинів працюють спільно з регіональними менеджерами, адаптуючи асортимент товарів для потреб місцевого ринку. Крім того, більшість менеджерів відповідають за закупівлі товарів місцевих виробників. У випадку, коли регіональне та місцеве виробництво розвинуто та воно має попит серед населення, реалізовувати його вигідно і як для торгового підприємства, так і для виробництва. Тому, хоча поняття персоналу торгового підприємства

характеризується чисельністю і складом зайнятих працівників, як і для інших підприємств, але питома вага працівників, які пов'язані з виконанням комерційних та управлінських функцій значно більша. З метою ефективного управління процесом формування та використання персоналу на підприємствах торгівлі застосовується класифікація працівників за основними ознаками, які розглянуто за класифікацією роботи Т. М. Безбородової [1, с. 252], яку удосконалено та подано у доповненому але більш компактному вигляді (рис. 1).



Рис. 1. Система класифікації персоналу торгового підприємства

Цю класифікацію складено та доповнено у ході дослідження на основі розкриття класифікації, яку запропонувала Т. М. Безбородова [1, с. 252]. Було об'єднано категорії, змінено їх зміст та створено клас, за яким було визначено працівників за особистими якостями. Такі зміни маємо стисло прокоментувати, щоб довести доцільність такого вдосконалення класифікації персоналу торгового підприємства.

Торгові працівники – це окрім інших здібностей до виконання функціональних обов'язків ще й «засіб» комунікації, який має володіти воістину

унікальним потенціалом. Вони створюють і передають повідомлення, призначені для кожного конкретного покупця, оцінюють реакцію людини і «з люту», в ході бесіди вносять корективи в презентацію товару [2, с. 366]. Від вміння спілкуватися, переконувати, тактовно натякати, наполягати залежить лояльність покупців. Також відіграє роль комунікація між людьми, оскільки вона забезпечує передання та сприйняття інформації, тому рівень комунікації повинен бути високим. Таким чином особисті властивості працівника відіграють значну роль у результативності його праці.

Продавців називають також торговими консультантами або помічниками зі збуту, що служить ще одною ознакою бажання надати особливого статусу та важливості функції продажу, та дозволяє уникнути негативного враження, яке іноді виникає при згадці слів «торговий працівник», бо торговий консультант – це людина, що використовує свій досвід і знання, щоб допомогти покупцям.

Отже, значущість праці торговельних працівників велика для керівників. Особливості торгової праці вимагають особливого підходу для оцінювання їхньої праці. Удосконалена класифікація працівників торгової сфери показує, що для взаємодії з працівниками та найкращого результату необхідно враховувати особливості конкретно кожної групи та тому було запропоновано додати ознаку особистісними якостей. У роботі визначено, що цю ознаку необхідно використовувати сполучено з іншими класифікаційними ознаками, оскільки за синтаксичним змістом класифікація відноситься до типу фасетних, та тому що за прагматичним змістом цієї ознаки від неї залежить поведінка людей, тобто можна заздалегідь зрозуміти як буде працівник себе поводитися у колективі та ставитися до роботи та клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Безбородова Т. М., Дюжева М. Б. Управление предприятиями торговли: учебное пособие. Омск: Издатель Омский институт (филиал) РГТЭУ, 2011. 343 с.
2. Леви М., Вейтц Б. А. Основы розничной торговли / пер. с англ. Ю. Н. Каптуревского. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 448 с.

3. Мазанкова Т. В. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии отрасли (торговли): учебное пособие. Берлин: Директ-Медиа, 2015. 214 с.

4. Штапаук С. С., Кривуля П. В. Выявление детерминант контекста выбора типового проекта организационной структуры предприятия. *Управління проектами та розвиток виробництва*, 2006. № 3 (19). С. 105–114.

5. Штапаук С. С., Кривуля П. В. Разработка ситуационной модели выбора субординационной структуры. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*, 2008. Вип. 20. 154–162.

УДК 339

С.Е. Сардак, д.е.н., професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин, регіональних студій та туризму

М.М. Кучер, к.е.н., доцент,

А.А. Аведікова, студентка

Університет митної справи та фінансів

(м. Дніпро, Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ

Анотація: розглянуто основні тенденції розвитку менеджменту в туризмі. Виділено пріоритетні напрямки, пов'язані з впливом найбільш вагомих зовнішніх факторів непрямої дії, з людським фактором, управлінською технологією та різноманіттям видів менеджменту.

Ключові слова: тенденції, розвиток, менеджмент, туризм, туристична індустрія.

Менеджмент є невід'ємною складовою сфери туризму. Туристичний менеджмент - це особлива, відносно відокремлена діяльність; цілеспрямований вплив на працівників із метою управління та координації операцій туристичних фірм (підприємств) в умовах ринку для досягнення певної цілі (одержання прибутку) [1].

Вивченням особливостей застосування менеджменту в туризмі займалися: І. Б. Андренко, В. К. Бабарицька, М. П. Мальська, С. С. Скобін, О. А. Шиліна, А. Д. Чудновський та багато інших.

Менеджмент туризму включає в себе: транспортні перевезення, заклади розміщення туристів, підприємства харчування, інформаційно-екскурсійне обслуговування та анімаційні послуги. Одним з найголовніших завдань менеджменту туристичної індустрії є адаптація інновацій в галузі туризму до умов сьогодення, тобто врахування світових змін в цьому відношенні.

Першою тенденцією в розвитку менеджменту в туризмі є впровадження результатів науково-технічного прогресу. Менеджмент стає все більш інноваційним, орієнтується на управління нововведеннями, а також на власний саморозвиток. Щороку виникають і поширюються нові підходи, нові технології менеджменту, в той час як старі частково забуваються, а частково стають загальною рутинною практикою. Прикладами найпростіших (базових)

технологій в готельному бізнесі можуть служити методи прибирання номерів, рецептури приготування різних страв в ресторанах, стандарти їх сервірування, манери поведінки з гостями, стандарти телефонного етикету, способи просування послуг на ринок і тому подібне. Використання таких технологій дозволяє готелю отримувати вигоду зі своєї позиції на ринку послуг з обслуговування і розвивати сервісні та збутові можливості для збільшення своєї конкурентної переваги.

Використання комп'ютерів внесло революційні зміни в інформаційні та комунікаційні технології, так як забезпечило збереження великих обсягів інформації, а також їх швидку обробку і передачу. Інформаційні системи істотно поліпшили гласність туристичного ринку і полегшили прийняття рішень, що стосуються вибору подорожі і підготовки до нього [2].

Другою тенденцією є збільшення уваги до навколишнього середовища та екологічних проблем. Немає жодного виду туристичної діяльності, який би в той чи інший спосіб не впливав би на навколишнє середовище. Навколишнє середовище «поглинає» відходи туризму. Забруднення повітря і води, зміни природного ландшафту, марнотратне ставлення до природних ресурсів стали причиною серйозного порушення природного балансу. Стійкий туризм має на увазі велику соціальну відповідальність, виконання зобов'язань по відношенню до природи, а також залучення місцевого населення в усі процеси, пов'язані з управлінням туристичною діяльністю.

Третьою тенденцією є підвищення вимог до персоналу і постійного навчання. Кожен працівник змушений вчитися в процесі усього свого трудового життя, постійно освоюючи нові прийоми праці та нові підходи до вирішення постійно виникаючих нових виробничих завдань. Навчання стає безперервним процесом. Об'єктами навчання все в більшій мірі стають техніка вирішення проблем і нові технології управління.

Четвертою тенденцією є широке використання наявного досвіду організацій, або, іншими словами – бенчмаркінгу. Бенчмаркінг – особлива управлінська технологія, яка полягає в тому, що в практику роботи організації впроваджуються технології, стандарти і методи роботи кращих організацій. Це

систематичний процес виявлення кращих організацій, оцінки їх продукції і методів виробництва з метою використання передового досвіду цих організацій [3].

П'ятою тенденцією є поява спеціальних видів менеджменту: муніципальний менеджмент, ризик-менеджмент, університетський менеджмент, менеджмент збирання сміття, фінансовий менеджмент, менеджмент репутації компанії, менеджмент лояльності споживача, бренд-менеджмент, менеджмент іміджу, інвестиційний менеджмент, інноваційний менеджмент, реінжиніринг бізнесу, антикризове управління та ін. [4].

XXI століття характеризується розвитком науки, техніки та нових технологій. Активно розвивається і менеджмент туристичної індустрії. Продовжують розвиватися як теорія, так і практика менеджменту. Спільною рисою для всіх вище названих тенденцій є зміни. Змінюються технології виробництва, з'являються нові товари і послуги, змінюються методи управління, поширюються нові соціальні технології і фінансові інновації. Це все несе лише позитивний характер як для менеджменту туристичної індустрії, так і для всього менеджменту в цілому.

Список використаних джерел:

1. Годя І.М. Методичні рекомендації для вивчення дисципліни «Менеджмент туризму». Ужгород : ЗакДУ, 2013. 62 с.
2. Скобкін С. С. Менеджмент в туризмі: навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Москва : Юрайт, 2019. 366 с.
3. Anand G., Kodali R. «Benchmarking the benchmarking models» in *Benchmarking. An International Journal*. 2008. Vol. 15, № 3. P. 257-291. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/14635770810876593/full/html?skipTracking=true> (Last accessed: 18.11.2020)
4. Холопова Л. А., Русаленко Д. А., Петров В. П. Менеджмент і його різновиди: загальне і часткове. *Науково-методичний електронний журнал «Концепт»*. 2014. № S9. С. 26-30. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14613.htm> (дата звертання 20.11.2020)

УДК 342.97:35.07=

Н. Сурженко, к.е.н, доцент
доцент кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
А. Крись, здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ОПП Публічне управління і адміністрування
(м. Мелітополь, Україна)

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ: СУЧАСНИЙ ПІДХІД У МЕХАНІЗМІ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Анотація: проаналізовано сучасні аспекти державного управління в Україні, визначено суб'єкти надання адміністративних послуг, розглянуто питання кадрового забезпечення державного управління та визначено результати впровадження новацій у надання адміністративних послуг.

Ключові слова: державне управління, адміністративна послуга, державна послуга, мобільний уряд, управлінські послуги.

Проведення адміністративної реформи в Україні активізує не лише потребу в удосконаленні системи публічного управління, але й зміни підходів до діяльності державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування, зокрема переорієнтування її насамперед на надання послуг. Це потребує невідкладної модернізації системи послуг, що надаються органами публічної влади на різних рівнях управління та в межах різних галузей. Однією із складових такої системи послуг є адміністративні послуги, які в умовах проведення адміністративної реформи розглядаються як важливий інструмент здійснення державного управління.

Актуальність вивчення адміністративних послуг зумовлена практичною необхідністю ефективного їх надання фізичним і юридичним особам у процесі діяльності державних службовців та дослідницькою потребою визначення сутнісних ознак цих послуг для подальшої їх класифікації, стандартизації та формування реєстрів послуг [3, с.140].

З огляду на розвиток ефективного та результативного державного управління, сьогодні питання розквіту системи надання адміністративних послуг стає все більш актуальним. В якості одного з пріоритетних напрямків

перетворення адміністративної території України вдосконалення механізму надання адміністративних послуг та збільшення якості обслуговування, стимулювання процесу та задоволення потреб громадян систематично відтворюють принцип антропоцентризму. Адміністративні та місцеві органи влади також відображають напрямок діяльності основного органу влади у сфері державної служби [2, с.126-131].

Адміністративні послуги можуть надаватися державними та недержавними суб'єктами. До недержавних суб'єктів надання адміністративних послуг слід віднести органи місцевого самоврядування, органи самоорганізації населення та інші суб'єкти господарювання, що наділені повноваженнями надавати певні адміністративні послуги. Відповідно, адміністративні послуги слід розділяти на державні послуги та послуги, відмінні від державних [5, с. 71-73]. В загальному ж сенсі всі вони можуть бути віднесені до публічних. При цьому слід відмітити про існування серед пересічних громадян помилкової думки, що будь-яка послуга, яка надається органами влади, є адміністративною.

В умовах сьогодення виступає питання кадрового забезпечення державного управління. Якісні державні службовці, здатні керувати елітами, швидко та ефективно приймати управлінські рішення. Тож одна з найактуальніших проблем - це відсутність сучасних управлінських знань у процесі трансформації державного управління. Низький рівень кваліфікації державної служби є причиною нинішньої системної кризи суспільства. Як наслідок, зростає попит на професійних та освічених менеджерів.

Кадрова проблема стоїть достатньо гостро. Також саме зараз відбувається «зміна поколінь». Досвідчені кадри «виходять» з системи державного управління, а у молодих не вистачає досвіду і навичок ведення різного роду інноваційних проектів [4, с. 108]. Також можна констатувати низький рівень мотивації дослідників.

На сучасному етапі суспільного розвитку також змінилося співвідношення централізації та децентралізації. Децентралізація є одним із важливих напрямків розвитку державного управління в Україні. Щодо передачі влади від центральної влади місцевій владі, то визначення механізму взаємодії між ними може краще

вирішити питання місцевого значення на територіальному рівні.

Серед перспективних напрямів розвитку механізму надання адміністративних послуг варто виділити мобільний доступ до їх отримання. Можна говорити про наявність значного потенціалу так званої технології «мобільного уряду» за умов реформування та посилення ефективності надання адміністративних послуг, оскільки створюються умови для оперативного та спрощеного процесу забезпечення законних прав та свобод громадян.

Мобільний уряд можна назвати наступним кроком формування електронного уряду, що дав можливість наблизити владу до народу. Це дає можливість надавати послуги фізичним та юридичним особам шляхом використання мобільного зв'язку. Вагомим аргументом на користь такого розвитку електронного врядування можна вважати те, що доступ до мережі Інтернет є не в усіх громадян і не завжди, натомість мобільними телефонами володіє більшість населення. Це дає змогу налагодити контакт з максимальною кількістю споживачів адміністративних послуг [1, с.428].

Саме це дозволяє підвищити якість послуг, а процес їх отримання зробити зручнішим для представників усіх груп населення. В умовах реформування територіальної організації влади подібна технологія створює перспективи для вирішення великої кількості проблемних питань у сфері надання адміністративних послуг, оскільки разом з отриманими повноваженнями на місцевому рівні прослідковується й отримання чималого об'єму роботи.

Для забезпечення продуктивності маркетингових досліджень у сфері надання адміністративних послуг розробляють опитувальники для споживачів послуг та окремо для представників суб'єктів надання послуг. Що стосується опитування самих працівників, то воно проводиться періодично для кваліфікованого визначення проблем, котрі існують в їх роботі, сильних та слабких сторін існуючого механізму надання адміністративних послуг тощо.

Отже, сучасний стан в умовах сьогодення трактується використанням сучасних інформаційних технологій та комунікативних заходів у сприянні вдосконаленню механізму надання адміністративних послуг. До цього можна віднести вироблення системи широкої взаємодії суб'єктів надання

адміністративних послуг зі споживачами через мобільні телефони, мережу Інтернет та проведення маркетингових досліджень з метою виявлення сильних та слабких сторін діючого механізму. Із впровадженням цих новацій це призводить до наступних результатів:

- підвищення якості адміністративних послуг;
- прискорення обробки інформації;
- зміцнення контактів влади із громадою;
- створення позитивного іміджу влади;
- створення сприятливих умов для споживачів та виконавців;
- економія часу та бюджетних коштів;
- спрощення системи надання адміністративних послуг, забезпечення її самозбереження, саморегуляції та саморозвитку
- підвищення рівня поінформованості населення.

Список використаних джерел:

1. Буханевич О. М. Поняття та сутність процедури надання адміністративних послуг, *Право і суспільство*. 2015. – № 5. – С. 126-131.
2. Буханевич О. М. Проблеми надання адміністративних послуг органами місцевого самоврядування. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Юриспруденція*. 2015. – Вип. 14(1). – С. 71-73.
3. Ліпенцев А., Жук Ю. Адміністративні послуги в Україні: поняття та сутність. *Збірник наукових праць* 2015. (42). С. 140-148. http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/edu_42/fail/17.pdf
4. Сурженко Н.В. Роль менеджменту в інноваційній діяльності підприємства. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. /За ред. С.В.Кальченко. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». 2020. №2(42). С.105-110. URL:<https://drive.google.com/file/d/1iNMy39LN9OicynIJg4cdlnO-yxrX-IMx/view>
5. Тимошук В.П, Адміністративні послуги: стан і перспективи реформування. *Збірник матеріалів*. Київ, 2015. 428 с.

УДК: 352.07

Н. Сурженко, к.е.н, доцент
доцент кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
О. Солонцов, здобувач вищої освіти СВО бакалавр,
ОПП Публічне управління і адміністрування
(м. Мелітополь, Україна)

МІСТО ЯК ОБ'ЄКТ РЕГІОНАЛЬНО-АДМІНІСТРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація: в даному матеріалі розглядаються актуальні питання регіонально-адміністративного управління містом та основні елементи, які взаємопов'язані з ним. Наводяться різні трактування поняття «місто» з точки зору соціально-економічного розвитку. Пропонується комплексний соціально-економічний розвиток міста.

Ключові слова: місто, соціально-економічний розвиток, місцеве самоврядування, економіка, міське управління.

Міста мають фундаментальне значення для розвитку будь-якої країни. Саме в них формується основний промисловий, науковий, культурний потенціал держави. При цьому вони виступають “піонерами” щодо впровадження передових технологій, надання нових послуг, забезпечення якісних стандартів життя громадян. [1,с.7].

Раніше, в умовах економіки мобілізаційного типу, міста, як і будь-які інші поселення, народжувалися, існували і розвивалися за відповідними рішеннями держави. Створення нового міста було пов'язано зі створенням нових підприємств, необхідних для вирішення нових державних завдань. Розвиток міста також визначався перспективою розвитку підприємств. За цих умов мало враховувалися внутрішні потреби і тенденції розвитку міста як соціального організму. В результаті, мало використовувався власний потенціал розвитку міста. Втім, практично всі матеріальні та організаційні ресурси були зосереджені у держави, яка не тільки обирала шлях розвитку міста, а й повністю забезпечувала рух цим шляхом.

Сьогодні ситуація істотно змінилася. Конституція і законодавство про

місцеве самоврядування України відокремили місцеву владу від держави, створивши окрему систему місцевого самоврядування. Нині на території будь-якого міста маємо трьох головних учасників соціально-економічних процесів: місцеве співтовариство, підприємства і державу. Кожен із них має свої права, інтереси та ресурси.

Варто зазначити, що представники різних наукових дисциплін до визначення поняття “місто” підходять по-різному:

- 1) в економічному аспекті місто – це, перш за все, населений пункт, більшість жителів якого не пов’язана професійно із сільським господарством;
- 2) у просторовому аспекті місто асоціюється з тим місцем, де зосереджуються населення, житло. Це певна частина простору, де перехрещуються дороги, комунікації, соціальні інститути і взагалі життя;
- 3) соціальний аспект урбанізації в якості головної ознаки міського поселення зазвичай використовує термін “міський спосіб життя”.

Згідно з визначенням Р. Гуляк, місто – це історично обумовлена форма поселення, яка характеризується певною територією та чисельністю мешканців, має внутрішні зв’язки і закономірності подальшого розвитку, створює сприятливі умови для повноцінного розвитку особистості, які обумовлені різноманітністю людської діяльності, спрямованої на реалізацію можливостей міського простору за конкретних економічних, соціальних, політичних та інших умов.

С. Саханенко розглядає місто з позицій системного підходу “як цілісне утворення, відмежоване від зовнішнього середовища функціонально (за переважно несільськогосподарським родом занять його жителів), просторово (оскільки місто розташовується на території, межі якої можна визначити), юридично (у межах політико-адміністративного поділу країни), політично (через розвиток системи місцевого самоврядування)”.

На основні проведеного узагальнення напрацювань провідних науковців А. Шевченко розділяє всі тлумачення поняття “місто” на такі, що відображають

його загальний зміст, особливості як адміністративно територіального утворення та специфіку різновидів (велике, монофункціональне, місто-підприємець тощо).

Найбільш комплексне, на нашу думку, дослідження сутності поняття “місто” було здійснене О. Бойко-Бойчуком, який наводить перелік із 48 суттєвих ознак за визначеннями та описами феномену “місто”, які відображають відмінності у розмірі і статусі міст, різноманітність сфер діяльності, проблеми комунікації, ефективного використання ресурсів та управління розвитком міста, особливості середовища життєдіяльності громади тощо [2,с.25].

Зарубіжний досвід розвитку місцевого самоврядування відображає його роль у вирішенні соціально-економічних проблем. Це пояснюється прагненням підвищити ефективність вирішення місцевих проблем, укріпити фінансову самостійність окремих територій і зумовлюється появою високопрофесійних кадрів в органах місцевого самоврядування [3,с.40].

Перш, ніж дати визначення поняття комплексного соціально-економічного розвитку міста, варто розглянути основні принципи, що визначають термін “розвиток”. “Коротка філософська енциклопедія” дає таке трактування поняття “розвиток” – це закономірна зміна матерії і свідомості, їх універсальна властивість [4,с.10]. Поняття “соціально-економічний розвиток” визначає процеси зміни матерії і свідомості, пов’язані з діяльністю людини. Зазвичай під розвитком мається на увазі будь-яка прогресивна зміна, яка може бути кількісною і якісною.

Якщо в економіці відбуваються кількісні зміни, то тоді говорять про економічне зростання, якщо ж вони якісні, то йдеться про структурні перетворення або про зміну змісту розвитку, або про набуття економічною системою нових характеристик [5, с.20].

Аналіз поняття “соціально-економічний розвиток міста” передбачає конкретизацію цілей, завдань розвитку, а також визначення його об’єктів і суб’єктів. Метою соціально-економічного розвитку будь-якого міста є покращення життя його населення. При цьому основними завданнями соціально-

економічного розвитку є такі:

- розвиток міської економічної бази;
- зміцнення фінансового стану міського утворення;
- покращення показників якості життя населення, виконання необхідних соціальних програм.

Об'єктами соціально-економічного розвитку малого міста є міська економіка і соціальна сфера. У свою чергу, міську економіку з точки зору управління нею можна поділити на такі об'єкти:

- прямого управління – міські фінанси, земля, нерухомість, майно, що перебуває в міській власності, комунальні підприємства, організації, установи, муніципальний житловий фонд;
- непрямого управління – господарські підприємства, які розташовані на території міста, але не перебувають у комунальній власності.

Суб'єктами соціально-економічного розвитку виступають структури міського управління, які діють за дорученням міської громади, залучають до процесу розвитку його компетентних представників і взаємодіють з адміністративними структурами вищого рівня.

Комплексний соціально-економічний розвиток міста – це керований процес змін у різних сферах життя міста, спрямований на досягнення певного рівня розвитку його соціальної та економічної сфер з найменшим збитком для природних ресурсів і найбільшим рівнем задоволення колективних потреб населення та інтересів держави. У сучасних умовах, розглядаючи питання соціально-економічного розвитку міст, не можна не враховувати останніх тенденцій у світовій спільноті, які пов'язані з розгортанням постіндустріальної моделі соціально-економічного розвитку. Особливістю цієї моделі є високий рівень економічного розвитку, широке використання електроніки, робототехніки, біотехнологій, що дає змогу замінити людську працю у промисловості машинною. Основною сферою діяльності стає сфера побутових, соціальних, фінансових послуг, передачі та обробки інформації. Точка зору про

те, що все більша частка вартості у сучасному світі створюється у нематеріальному виробництві, набула свого широкого поширення і підтримки. Нові уявлення про нематеріальне виробництво вимагають по-новому поглянути на освіту, науку, медицину, телекомунікації, ринкову інфраструктуру, допоміжні виробництва як на ті сфери суспільного життя, які справляють вирішальний вплив на темпи і напрями соціально-економічного розвитку міст.

Список використаних джерел:

1. Бойко-Бойчук О. Категорія “місто”: сутність, визначення. *Управління сучасним містом*. 2005. № 3–4. С. 47–60.
2. Бойко-Бойчук О. Проблеми міста як підґрунтя ефективного управління його розвитком. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/ьSoc_Gum/Ardu/2009_1/doc/3/01.pdf.
3. Васильєва Н.В. Механізми соціально-економічного розвитку міста – 2015. № 20. С. 157–163.
4. Гуляк Р.Е. Соціально-економічна сутність та визначення поняття “місто” URL: <http://eprints.ksame.kharkov.ua/5824/1/126-13195.pdf>.
5. Егоров А.Н. Город как объект социально-экономического управления 2018. 133 с.

УДК 005.95/.96

Н. Сурженко, к.е.н, доцент
доцент кафедри менеджменту,
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
М. Ткаченко, здобувач вищої освіти СВО бакалавр,
ОПП Публічне управління і адміністрування
(м. Мелітополь, Україна)

СУЧАСНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація: Розкрито сутність та значення принципів формування корпоративних систем управління персоналом. Висвітлено аспекти корпоративного управління персоналом у сучасних умовах. Розкрито вплив сучасні системи управління персоналом на ефективність роботи підприємства.

Ключові слова: персонал, управління персоналом, система управління, принципи менеджменту, механізм управління.

Незалежно від форми власності, система управління персоналом сучасного підприємства є найпотужнішим інструментом забезпечення конкурентоспроможності та розвитку. Тому необхідно враховувати вимоги ринкової економіки щодо підвищення ефективності системи управління персоналом.

Керівництво підприємств, що працюють в ринкових умовах, ставить високі вимоги до професіоналізму менеджерів. Управління персоналом підприємства є запорукою реорганізації всієї системи управління.

Для підвищення ефективності системи управління персоналом необхідно проаналізувати та врахувати конкретні умови розвитку української ринкової економіки. Для кожної компанії, незалежно від її організації та правової форми, найважливішим є розробка методів оцінки, які можуть визначати фактичну ситуацію компанії в галузі управління персоналом, знаходити слабкі місця та надавати рекомендації щодо ефективності роботи організації.

Служби управління персоналом реалізують кадрову політику та координують діяльність з управління працею підприємств. Необхідним є

розширення функцій для створення нових механізмів стимулювання праці, управління просуванням по службі, запобігання конфліктам, дослідження ринку праці та створення кадрових резервів для керівників.

В контексті корпоративної глобалізації та ефективних механізмів розповсюдження інформації про методи корпоративної конкуренції робоча сила стала найважливішим джерелом конкурентних переваг на ринку та постійно доповнюється. Останнім часом люди постійно шукають спосіб сформувати оптимальну систему управління персоналом, яка може відповідати трьом основним вимогам: висока ефективність, регулярне оновлення та гнучкість.

П. Друкер вважає, що в галузі управління персоналом традиційні основні ідеї сильно відрізняються від реальності і не дають результату [2, с. 2. 196]. На думку автора, існує лише один правильний принцип управління персоналом, який полягає у використанні диференційованих методів та стилів управління для різних груп працівників, навіть окремих працівників у різних ситуаціях.

О.В. Крушельницька зазначила, що управління персоналом базується на таких принципах [4, с.17]: науковість, демократичний централізм, планомірність, єдність розпоряджень; поєднання одноосібного і колективного підходів, централізації та децентралізації, лінійного, функціонального і цільового управління; контроль за виконанням рішень.

Г. В. Щекін вважає, що ключовим принципом управління персоналом є принцип підбору та розподілу персоналу з урахуванням їх ділових та особистих якостей. Цей принцип передбачає [6, с.17]: спадкоємність кадрів на основі систематичного підбору енергійних, творчих працівників; забезпечення умов для постійного підвищення професійної кваліфікації; чітке визначення прав, обов'язків та відповідальності кожного працівника; комбінування досвідчених працівників з молодими кадрами; комбінування довіри до кадрів з перевіркою виконання. У табл. 1 показано всі аспекти управління персоналом на підприємстві.

Для того, щоб адаптуватися до умов ринку, що розвивається, необхідно

перейти від традиційного управління персоналом до сучасних концепцій управління персоналом.

Таблиця 1

Порівняння систем управління персоналом на підприємствах

Традиційна система управління персоналом	Сучасна система управління персоналом
1. Орієнтація на оперативні питання	1. Орієнтація на стратегію
2. Орієнтація на стабільність	2. Орієнтація на своєчасну адаптацію системи управління персоналом до змін у зовнішньому середовищі
3. Організаційний імператив	3. Людський фактор
4. Найважливіший ресурс — організаційна структура	4. Найважливіший ресурс, який можна постійно розвивати, це працівники
5. Максимальний розподіл робіт, прості та вузькі спеціальності	5. Оптимальне групування робіт, багатоаспектні спеціальності
6. Зовнішній контроль (керівники, штат контролерів, формальні процедури)	6. Самоконтроль та самодисципліна
7. Пірамідальна та жорстка організаційна структура, розвиток вертикальних зв'язків	7. Плоска та гнучка організаційна структура, розвиток горизонтальних зв'язків, які забезпечують ефективну взаємодію підрозділів та працівників
8. Автократичний стиль керівництва	8. Стиль керівництва збудований на зацікавленості усіх працівників в спільному успіху підприємства у цілому
9. Конкуренція та «політична гра»	9. Співробітництво
10. Низька зацікавленість працівника підприємства в його успіху	10. Висока зацікавленість працівників у спільному результат
11. Діяльність тільки в інтересах підприємства та його підрозділів	11. Діяльність в інтересах суспільства
12. Низька схильність до ризику	12. Орієнтація на інновації та пов'язана з цим схильність до ризику

Традиційна система управління - це відповідь на стандартні технології та постійно мінливе зовнішнє середовище, тоді як нова система управління персоналом - це відповідь на швидкі зміни, постійне вдосконалення технології виробництва та турбулентність зовнішнього середовища. Сучасний метод організації управління персоналом - це збалансоване поєднання людських цінностей, організаційних змін та постійної адаптації до змін у зовнішньому середовищі. Організація управління персоналом підприємства має цілеспрямовано адаптуватися до правил сучасної ринкової гри, оскільки адаптованість системи управління персоналом допоможе підприємству вижити

та розвиватися в сучасних ринкових умовах.

Під впливом впровадження зарубіжних передових технологій управління персоналом та власного досвіду сучасна система управління персоналом, розроблена провідними вітчизняними підприємствами, включає такі підсистеми: аналіз та планування персоналу; підбір та найм персоналу; оцінка працівників; організація навчання персоналу та підвищення кваліфікації; сертифікація та ротація персоналу; управління зарплатою; ентузіазм працівників; облік працівників підприємства; організація трудових відносин на підприємстві; створення умов праці; соціальний розвиток; безпека персоналу.

Зрозумівши основні соціальні параметри, ви можете описати компанію та її керівництво. Цих параметрів може бути мало, або вони пов'язані між собою за різними критеріями: рівень, ступінь важливості, важливість вирішення завдання [1, 4]. Основними елементами управління є системи, процеси, управлінські рішення та персонал. Механізм управління організацією - це сукупність елементів, систем, процесів, управлінських рішень та персоналу, які забезпечують реалізацію організаційних цілей під впливом взаємодії та взаємозалежності.

Результативність - це реалізація цілей і завдань, а ефективність - це спосіб і метод досягнення цілей. Результативність - це вимірне візуальне поняття, оскільки ми можемо оцінити, порівнюючи результати. Ефективність - це більш складне поняття, але його не завжди можна чітко визначити.

Отже, загальною та основною метою системи управління персоналом є надання відповідних якісних та кількісних характеристик персоналу для корпоративних цілей. Тобто управління персоналом спочатку повинно здійснюватися через управління їхнім трудовим потенціалом, яке має оцінюватися з двох аспектів ефективності реалізації та ефективності розвитку трудового потенціалу персоналу [1, 3].

Створення конкурентоспроможного продукту завжди пов'язане з працівниками, що працюють у компанії. Сучасні принципи організації

виробництва, кращі системи та процедури відіграють дуже важливу роль, але реалізація всіх можливостей, властивих новому методу управління, залежить від конкретних працівників та їх знань, здібностей, кваліфікації, дисципліни, мотивації та вирішення питань.

Список використаних джерел:

1. Десслер Гари. Управление персоналом. Пер. С англ. М.: БИНОМ – 2007. 202 с.
2. Друкер П. Менеджмент в XXI веке [учебное пособие]. Пер. С англ. М.: ИД «Вильямс» - 2001. 272 с.
3. Козак К. Б. Управління розвитком трудового потенціалу персоналу підприємства: дис. Канд. Екон. Наук 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Херсонський Міжнародний університет бізнесу і права. Х. 2011. 21 с.
4. Крушельницька О. В. Управління персоналом : [навчальний посібник]. К.: Кондор – 2003. 296 с.
5. Сурженко Н.В. Роль менеджменту в інноваційній діяльності підприємства. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. / За ред. С.В. Кальченко. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». 2020. №2(42). С.105-110. URL:<https://drive.google.com/file/d/1iNMy39LN9OicynIJg4cdlnO-yxrX-Imx/view>
6. Щекин Г.В. Теория и практика управления персоналом [учеб.-метод. пособ.]. 2- е изд., стереотип. К.: МАУП – 2003. 280 с.

УДК 35.07:152

Н. Цигилик, к.т.н., асистент
кафедри адміністративного та фінансового менеджменту
О. Рожко, студентка
кафедри адміністративного та фінансового менеджменту
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО КАДРОВОГО СКЛАДУ УПРАВЛІНСЬКИХ СТРУКТУР ОТГ НА ЗАСАДАХ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ – ОДНІЄЇ ІЗ ОСНОВНИХ СКЛАДОВИХ ПОСТУПУ ДО ЄС

Анотація: проаналізовано розподіл керівних посад ОТГ за принципом гендерного підходу. Запропоновано ефективний метод формування оптимального кадрового складу управлінських структур ОТГ шляхом використання гендерного квотування та відповідного навчання. Наведено рекомендації щодо утримання досягнутого паритету.

Ключові слова: публічне управління, гендерна рівність, гендерне квотування, кадровий склад, ОТГ.

Дискримінація за ознакою статі охоплює багато аспектів життя і залишається широко розповсюдженим явищем у світі, незважаючи на величезний поступ у забезпеченні рівності між статями, якого було досягнуто протягом останніх десятиріч. Витоки та ступінь цієї дискримінації дуже відрізняються залежно від країн та регіону. Але подібність її форм і проявів вражаюча. Гендерно обумовлена нерівність має місце у таких сферах, як доступ та контроль над ресурсами, можливість самореалізації в економічній сфері, у владних структурах та політичному житті [1, 394 с.]. Питаннями досягнення гендерної рівності - як одного з важливих кроків на шляху до Європейського Союзу займалася ціла плеяда науковців: М. Білинська, Г. Бондар, В. Гошовська, Н. Грицяк, О. Кулачек, Н. Протасова [2].

Згідно із Конституцією України чоловікам і жінкам повинні забезпечуватися рівні умови для реалізації всіх прав людини та можливостей участі в політичному, економічному, соціальному та культурному розвитку, а також рівного користування його результатами, тобто – гендерна рівність [3, 63 с.].

Для досягнення гендерної рівності в Україні було прийнято низку законів та проводиться щорічне вимірювання показників, які відображаються у The Global Gender Gap Report [4]. Проте, не дивлячись на позитивну динаміку – у 2019 р. Україна піднялася на 6 позицій і посіла 59 місце з 153 держав, все ж необхідно активніше впроваджувати засоби для досягнення паритету. Особливо це стосується органів державної влади в контексті децентралізації – як зразка для наслідування та головного рушія позитивних змін у державі.

Згідно з ст. 24 Конституції України не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками...статі..., громадяни користуються рівним правом доступу до державної служби... (ст. 38 Конституції України [3, 63 с.]; ст. 4 Закону України «Про Державну службу») [5, 490с.]; про це ж говориться у статтях 4 та 5 Закону України «Про службу в органах місцевого самоврядування» [6, 175 с.]. В 2002 році Україна, проголосивши курс на євроінтеграцію [7, 96 с.], значно активізувала впровадження гендерних стандартів у практичну площину, а в 2004 році Указом Президента України затверджена Концепція адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів Європейського Союзу [8]; 8 вересня 2005 року прийнято Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». Хоча в ньому й виписано статтю 16 «Забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у сфері державної служби та служби в органах місцевого самоврядування» [9], проте ситуація в даному контексті кардинально так і не покращилась, оскільки в нашій державі, на жаль, продовжує існувати суттєва невідповідність правової норми – реаліям життя та встановлене історично поняття жінки – берегині домашнього вогнища, яка не здатна бути лідером та ефективним керівником [10, 187 с.]. Зазвичай, при виборі між кандидатурами на керівну посаду – чоловіком і жінкою при рівноцінних освіті, професійних та особистісних навичках перевага надається чоловікам, які: «в декрет не підуть, на лікарняних сидіти не будуть». Сказане вище підтверджують статистичні дані. Зокрема, станом на 2020 рік із загальної кількості державних службовців в Україні – 75,9 % становлять жінки, і лише 0,04

% із них перебувають на найвищих посадах державних службовців категорії А, а до категорії Б належать 22 % [11, 90 с.]. Левова частка – 77,96 % припадає на найнижчі посади держслужбовців - категорії В. Серед чоловіків відсотковий розподіл становить: категорія А – 0,28%, категорія Б – 31,7%, категорія В – 68,02%. Таким чином особливо великою є гендерна нерівність серед держслужбовців категорії А – серед них кількість чоловіків більша у 7 разів. За інформацією Асоціації міст України, серед 839 громад більшість керівників ОТГ – чоловіки. Кількість чоловіків переважає на посадах:

- міських, селищних та сільських голів у 5 разів;
- заступників міських, селищних та сільських голів у 2 рази;
- серед депутатів міських, селищних та сільських рад у 2 рази.

При цьому жінок на посаді секретарів міських, селищних та сільських рад більше у 2,4 рази.

Оптимальним шляхом досягнення гендерної рівності у публічному управлінні та адмініструванні є використання гендерного квотування – стратегія державної політики, яка має на меті збільшити кількість жінок-держслужбовців на керівних посадах і чоловіків-держслужбовців категорії В. Дієвість цього засобу підтверджує і голова НАДС Наталія Алюшина у своєму інтерв'ю від 01.03.2021 р., оскільки не виключає такої можливості у близькому майбутньому. Згідно з проведеними дослідженнями – максимально ефективним буде рівне співвідношення жінок та чоловіків. Наприклад, якщо керівник – чоловік, то його заступник – обов'язково жінка і навпаки. Не слід забувати і про формування кадрового резерву на засадах рівномірного розподілу жінок та чоловіків.

Збільшення кількості чоловіків-держслужбовців категорії В пропонується реалізовувати шляхом популяризації професії держслужбовця, зростання її оплати та престижності. Крім цього, необхідним є впровадження обов'язкових освітніх он-лайн курсів з гендерних питань. Зокрема, такі курси є доступними з листопада 2020 р. у рамках підвищення кваліфікації та організовані НАДС спільно з Центром адаптації державної служби до стандартів Європейського

Союзу та Українською школою урядування за підтримки та сприяння проекту ООН Жінки «Гендерна рівність в центрі реформ, миру та безпеки». Під час навчання слухачі дізнаються про гендерні виклики в українському суспільстві, міжнародні норми та стандарти у сфері гендерної рівності, гендерні аспекти формування професійної кар'єри, інструменти та механізми інтеграції принципів прав людини, недискримінації та гендерної рівності у сфері управління людськими ресурсами на державній службі тощо [12].

У процесі формування оптимального кадрового складу на засадах гендерної рівності шляхом використання запропонованих методів слід проводити постійний моніторинг проміжних і одержаних результатів та вчасно усувати недоліки організованої роботи. Крім цього, з огляду на сказане вище потребує відповідних змін Закон України “Про державну службу” та інші нормативні документи, які обумовлюють сфери діяльності державних службовців. Тільки у цьому випадку буде досягнуто паритет між жінками та чоловіками в управлінських структурах державної влади, а Україна пришвидшить свій поступ до ЄС.

Список використаних джерел:

1. Гендер і державна політика / пер. З англ.; Упоряд. П. Ренкін. К.: Вид – во Соломії Павличко “Основи”, 2004. 394 с.
2. Джерело: Шевченко, З. В. (Уклад.). (2016). Словник гендерних термінів. Черкаси: видавець Чабаненко Ю. Відновлено з: <http://a-z-gender.net/ua/genderna-rivnist.html>
3. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 Червня 1996 року. К.: ”Право”, 1996. 63 с.
4. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». Конституція України. (2005). Відновлено з <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2866-15>
5. Про державну службу: Закон України. *Відом. Верховної Ради України*. 1993. № 52. 490с.

6. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України. *Відом. Верховної Ради України*. 2001. № 33. 175 с.
7. Європейський вибір: Послання Президента України до Верховної Ради України. 2002 рік. К.: Преса України, 2002. 96 с.
8. Про Концепцію адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів Європейського Союзу: Указ Президента України від 05.03.2004 р. №278. *Вісн. Держ. Служби України*. 2004. № 3.
9. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків : Закон України К.: 2005, № 2866 – ІУ
10. Болотіна Н. Б. Соціальне законодавство України. Гендерна експертиза. К.: Логос, 2001. 187 с.
11. Інтеграція гендеру в національні державні програми / Програма розвитку ООН. К.: 2006. 90 с.
12. Національне агентство України з питань державної служби. URL: <https://nads.gov.ua/news/rozpochato-navchannya-shchodo-zaprovadzhennya-gendernogo-pidhodu-na-derzhavnij-sluzhbi>

УДК: 331.107.8:005.93

Шестак Я.І., директор інформаційно-обчислювального центру
Головного центру інформаційних технологій
Київський національний торговельно-економічний університет

Голуб. К.В., студентка
Національний авіаційний університет
(м. Київ, Україна)

ПІДПРИЄМСТВА МАЙБУТНЬОГО В КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ МОДЕЛІ БІРЮЗОВИХ ПРАКТИК

Анотація: створення підприємств майбутнього – це складний, безперервний, динамічний і, в певному сенсі, нескінченний процес, який складається з постійних спроб та помилок.

Ключові слова: підприємства майбутнього, інновації, бірюзове підприємство, бірюзові практики.

Топ-менеджмент підприємств, що вирішує побудувати: сильне, сучасне, мобілізоване підприємство, яке здатне протистояти будь-яким складнощам, необхідно ризикувати та створювати щось інноваційне [1] (виграш від імplementації цієї моделі може бути більшим з точки зору: фінансових показників, продуктивності праці, задіяності працівників у процесах підприємства та ряду інших переваг).

Слід зазначити, що в роботі обґрунтована концепція доцільності розробки бірюзових підприємств, тобто формування стилю людських відносин, що розгортаються на підприємстві. Цей стиль передбачає усунення фіксованої ієрархії, одночасно забезпечуючи повне залучення робітників до розвитку та діяльності підприємства. Окрім цього, в роботі буде порушуватися питання, можливості реалізації моделі бірюзових підприємств на ДП «Міжнародний аеропорт Бориспіль».

Досліджуване підприємство є основним і найбільшим пасажирським міжнародним аеропортом України, який обслуговує Київську агломерацію та інші регіони України, забезпечуючи майже дві третини авіапасажирських перевезень в країні. Єдиний аеропорт України, який має трансконтинентальний статус.

Щоб підвищити ефективність підприємств майбутнього в контексті упровадження бірюзових практик у діяльність ДП «Міжнародний аеропорт Бориспіль» необхідно дослідити саму сутність та основні аспекти цієї моделі.

Бірюзові підприємства — це наступний рівень розвитку свідомості, коли стандартним концепціям та підходам кидається виклик, а підприємство починає сприйматися, як певний «живий організм», а не просто «машина». Є три основні ознаки бірюзових підприємств [2]: самоорганізація, цілісність і еволюційна мета.

1. Самоорганізація – це коли певні жорсткі ієрархічні структури управління замінюються колективним інтелектом. На підприємстві, яке управляється без фіксованої системи ієрархії, існують належні відносини між менеджментом та персоналом, які мають базуватися на взаємній довірі всіх співробітників підприємства. Нижче ми розпишемо характеристики, які описують цю довіру: усі працівники – це команда, що орієнтується на мету існування підприємства (створюючи товари, послуги, які приносять користь суспільству та є життєздатними для підприємства та окремо для кожного члена команди); кожен працівник свідомо вважає себе незамінною ланкою у ланцюжку, який пов'язує команду в реалізації концепції досягнення мети; незалежно від виконуваного завдання, кожен працівник поважає працю інших; кожен керує своїми завданнями самостійно, немає певної ієрархії підпорядкування, тобто немає керівника у класичному розумінні цього слова.

2. *Цілісність*. Цілісним слід називати особу, яка є відвертою з іншими особами і з самим собою. А саме, коли особа перестає сприймати співробітників у якості ресурсів і починає сприймати їх як живих людей з усіма потребами і емоціями, навіть якщо вони не дуже потрібні для роботи. Точно відомо, що дрес-код, незмінний графік роботи і плани, що встановлюються безпосередніми керівниками заважають формуванню цілісної картини і тому не вітаються на бірюзових підприємствах.

3. *Еволюційну мету* багато хто плутає з місією. Різниця проявляється у момент прийняття підприємством управлінських рішень, коли місія або

еволюційна мета розходяться з можливістю отримання прибутку. Тобто, суб'єкт господарювання з еволюційною метою не займається діяльністю, що не потребує досягнення мети. Наразі, місію звичайне підприємство формує для задоволення та реалізації своїх власних потреб, тоді як підприємство з еволюційною метою – підлаштовує свою діяльність під цю мету.

Проаналізувавши наведені ознаки, можна провести певне узагальнення, що адаптувати модель бірюзових підприємств під діяльність аеропорту є реальним завданням. Для цього слід відійти від стандартної ієрархічної системи та намагатися застосовувати командну роботу [3]. Для початку слід створити спільні чати для співробітників підприємства, де кожен з них міг би ділитися власним досвідом, здобутими навиками – щоб працівники мали змогу навчатися працювати в команді, на результат підприємства.

Звісно, на початковому етапі впровадження цієї моделі можуть виникати певні труднощі, але їх реально подолати. Наприклад, можна влаштовувати бізнес-тренінги для співробітників, щоб вони могли розкрити у повному обсязі свій потенціал (свою цілісність), а також показати себе справжніх, а не лише певну сукупність професійних характеристик.

Отже, реалізація моделі бірюзових підприємств, безумовно, є цікавим проєктом і тому її слід впроваджувати на підприємстві, оскільки вона веде до гуманізації відносин між працівниками. Робота в командах має стати нормою ведення бізнесу, а створення та підтримка команд будуть головним завданнями для топ-менеджменту підприємств.

Підприємства, які впровадять модель «бірюзових підприємств» можуть запропонувати співробітникам динамічні можливості для розвитку особистої кар'єри, що позитивним чином може вплинути на загальний стан самого підприємства.

Список використаних джерел:

1. Білявський В.М., Шепута М.М. Реалізація інноваційних проєктів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сталий розвиток*

економіки. 1'2018. № 38. С. 131–140.

2. Білявський Ю.В. Бірюзові організації : майбутнє менеджменту та маркетингу в контексті еволюції поколінь. *Первый в Украине маркетинговый журнал «Маркетинг и реклама»*. НВФ «Студцентр». 2018. № 11-12 (266-267). С. 44–49.

3. Білявський В.М., Білявська Ю.В. Вплив пандемії *COVID-19* на розвиток вендингового бізнесу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Економіка». 2021. № 20 (48). С. 31–37.

СЕКЦІЯ 8
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІЗНИХ
ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 330.3

Ванг Шу Эн (Wang Shu En), к.т.н., профессор
проректор по международным связям
Хулунбуирский университет
(АРВМ, г. Хайлар, КНР)

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ИНТЕРНЕТ ПРОСТРАНСТВО КИТАЯ

Аннотация. Произведён анализ развития цифровых технологий в Китайской Народной Республике (КНР). Рассмотрена Стратегия цифровой экономики Китая и структура технологии «Золотой щит». Указаны проблемные вопросы развития цифровых технологий и перспективы построения «сообщества единой судьбы человечества».

Ключевые слова: цифровая экономика, система социального кредита, электронная торговля.

Цифровая экономика Китая – это новая технологическая революция, новая форма, и методы распределения ресурсов, а также новая концепция развития.

Потенциал развития цифровой экономики в Китае огромный:

- население составляет 1,5 млрд человек,
- численность пользователей Интернета превышает 710 млн.

КНР разработала Стратегию цифровой экономики (рис. 1).

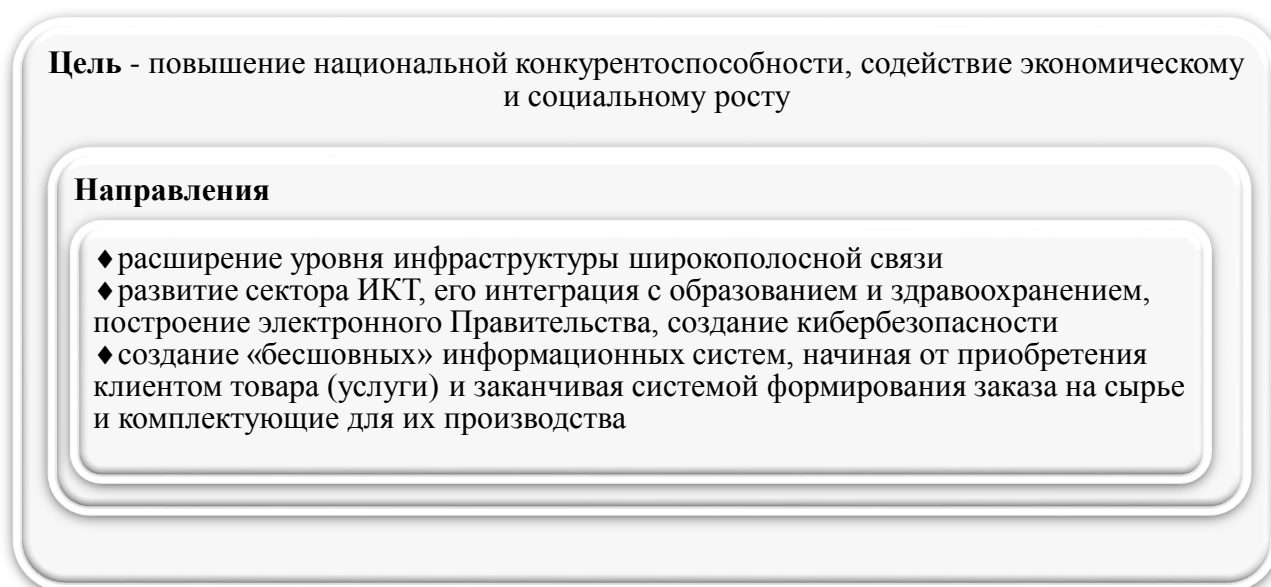


Рис. 1. Стратегия цифровой экономики КНР

Положительные стороны цифровизации экономической деятельности – это

сокращение барьеров для потока информации, ускорение поиска ресурсов, повышение эффективности согласования спроса и предложения, что открывает широкие возможности для инициативы и экономической деятельности различных слоев населения [1].

Ускоренному развитию цифровой экономики способствуют ряд принятых правительственных программ:

- «Сделано в Китае – к 2025 году»,
- «Содействие мероприятиям в рамках концепции «Интернет+»,
- «Продвижение плана действий по разработке больших данных»,
- «Общая стратегия развития национальной информатизации для содействия развитию цифровой экономики Китая».

Китай является лидером в электронной торговле (40% всех транзакций в мире), и производстве электронных информационных продуктов. Компании, Tencent, Alibaba, Baidu, Ant Financial, Xiaomi, Jingdong и Didi Travel, вошли в топ-20 интернет компаний мира. Китайским транспортным компаниям принадлежит 70% доли мирового рынка транспортных услуг [2]. Цифровая экономика Китая повышает свои позиции в национальной экономике (рис. 2).



Рис. 2. Цифровая экономика Китая

Согласно программе «Сделано в Китае» управление цифровизацией выстроена система контроля и мониторинга:

1) Центральный уровень – управляющий комитет (представители министерств и исследовательских центров), консультативный центр (независимые эксперты) и комитет представителей бизнеса.

2) Региональный уровень – разработка соответствующих планов мероприятий провинций в рамках Программы.

3) Корпоративный – стратегия развития компаний, который носит рекомендательный характер.

Для мониторинга выполнения программы созданы онлайн-площадки, объединяющие все три уровня.

Оцифровка экономической деятельности имеет проблемные вопросы в:

- специализации и стандартизации данных цифровой трансформации;
- доступности информационных ресурсов;
- открытости отраслевых цифровых систем.

Для решения данных вопросов необходимо:

- усовершенствовать законы и нормативные акты;
- создание общедоступных баз данных (регулируемое);
- защита интеллектуальной собственности и конфиденциальности;
- устранение существующих препятствий на пути открытия и совместного использования информационных ресурсов.

В настоящее время, КНР в экономические расчеты вводит цифровой юань, с перспективой его распространение и на внешнеэкономические операции.

Интернет-пространство Китая является одним из самых контролируемых в мире и имеет сложную систему регулирования и управления интернетом как на техническом уровне, так и на уровне слежения за информацией, исходящей от пользователей. В 2003 году введен в эксплуатацию по всей стране проект по контролю интернета «Золотой щит» (или «Великий китайский файрвол») (рис. 3). Доля «идеологически верного» контента в поисковой выдаче Yahoo в китайском сегменте интернета (Синете) составляет 97 процентов.

Данный проект вытесняет с рынка иностранных интернет-гигантов: Гугл, Ютуб, Фэйсбук и др., поддерживая национальных производителей. Китай имеет собственное приложение WeChat, которое включает в себя социальную сеть, мессенджер и сервис платежей.



Рис. 3. Структура технологии «Золотой щит»

В КНР активно продолжают совершенствоваться цифровые технологии [3]:

- система социального кредита – рейтинг доверия физического и юридического лица определяется по критериям: честность в государственных делах; коммерческая добросовестность; поведение в обществе; судебная история;
- система распознавания лиц (система видеонаблюдения с функцией распознавания лиц): через сканирование лица человека происходит поиск его через различные базы данных;
- электронная коммерция и платежные системы;
- блокчейн (электронная картотека операций);
- DJI (система распознавания голоса);
- «умный магазин» (без обслуживающего персонала), «умный город», интернет-банки, интернет-медицина, интернет-образование, интернет-заказ еды, интернет-такси, дистанционное управление бизнесом.

Государственная политика в сфере цифровых технологий придерживается принципов:

- экспериментальный, опытный порядок (осторожность);
- основная информация под грифом секретно;
- развитие тех технологий, которые находятся под контролем КПК;
- объемное финансирование;
- суровая юридическая ответственность.

С 1 января 2021 года в Китае вступил в силу новый Гражданский кодекс

(цифровой социализм), государство защищает законные права граждан.

Основная проблема в данном исследовании – это опережающее развитие цифровых технологий по сравнению с реакцией законодателя на их регулирование.

Таким образом, цифровая экономика Китая вносит огромный вклад в глобальное экономическое развитие, реализуя инициативу «Один пояс, один путь» и построения «сообщества единой судьбы человечества». Цифровая экономика – это экономика алгоритмов (жестких схем) и богатой будет та страна, которая владеет и распоряжается цифровыми кодами.

Интернет-пространство Китая закрыто от западных идеологий, но экономические связи с внешним миром активно развиваются и расширяются. Внедрение технологии «Золотой шит» служит развитию и становлению китайских гигантов: «Baidu», «Alibaba» и «Tencent». В настоящее время Интернет пространство – это не только возможность получить новые знания, но и является инструментом распространения идеологий.

Список использованных источников:

1. Ци Юн Лю Цифровая экономика Китая и проблемы бухгалтерского учета. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали II Міжнар. Наук. – практ. Конф., присвяченої 100-річчю Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 23 квітня 2020 р.) /за ред. Плаксієнка В. Я., Пилипенко К. А. Полтава: Видавництво ПП «Астрая», 2020. С. 467-4702.

2. Янь Цзы Сяо, Ашмарина Т.И. Цифровые технологии в АПК Китая. *Физика и современные технологии в АПК*: Материалы XI Международной молодежной конференции. Орёл: ООО Полиграфическая фирма «Картуш», 2020. С. 355-360.

3. Ли Пин, Ци Юн Лю, Тан Ци Китайский рынок онлайн-торговли. *Образование и право*. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitayskiy-rynok-onlayn-torgovli>

УДК 657.1.012.

Зимній А., ректор, д.е.н.,
професор Державної вищої професійної школи в Коніні,
(м. Конін, Польща)

Чернявська Т., д.е.н.,
професор Державної вищої професійної школи в Коніні,
(м. Конін, Польща)

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

Анотація: подано стислий опис ситуації, яка активізує процеси цифровізації економіки. Суб'єкти господарювання всіх рівнів

працюють над інтеграцією технологій з метою створення стійкої, мобільної та цифрової моделі управління бізнесом. Відповідно, для реалізації цього процесу потрібне таке технічне забезпечення, механізми та інструменти, які зможуть забезпечити конкурентні переваги в новій цифровій реальності.

Ключові слова: цифрова трансформація, цифрова інфраструктура, безконтактні технології; дистанційні рішення

Цифрова трансформація в результаті пандемії COVID – 19 перетворилася на бізнес-пріоритет №1. Під час коронавірусної кризи Цифрова стратегія Європейської комісії набуває все більшого значення в міру використання цифрових інструментів. Телекомунікаційні оператори ЄС сигналізують про зростання попиту на доступ в Інтернет-мережу. Незважаючи на те, що до цих пір не було випадків перевантаженості мережі, комісія і Орган європейських регуляторів з електронних комунікацій (БЕРЕК) створили спеціальний механізм звітності і відстежують ситуацію з інтернет-трафіком в кожній державі-члені, щоб мати можливість реагувати на проблеми, пов'язані з пропускнуою спроможністю [1]. Разом з цим, Європарламент шукає нових інструментів подолання перешкод (у тому числі і фінансових) для забезпечення економічного та соціального відновлення розвитку. У той час як соціально-економічна діяльність в значній мірі перейшла в цифрову сферу, Інтернет і якість зв'язку мають першочергове значення для європейців і європейського бізнесу. Новітні технології та цифрова інфраструктура надають можливість вчитися, спілкуватися та працювати у складний час випробувань, а значить вимагають

усілякої підтримки.

Так, 10 лютого 2021 року було оприлюднено результати підписання угоди про вихід з політичної кризи та виділення найбільшого блоку пакета для відновлення економіки країн ЄС після наслідків пандемії коронавірусу - . фінансового інструменту на 672,5 млрд євро. Так званий «Інструмент для відновлення та стійкості» (Recovery and Resilience Facility) є частиною загального пакету «Наступне покоління ЄС» (Next Generation EU) на суму 750 млрд євро. Він передбачає гроші у вигляді грантів та позик для подолання наслідків пандемії, з акцентом на інноваційні сфери, пов'язані з «озелененням» економіки, цифровою трансформацією, підтримкою єдності економіки та конкуренції, підготовкою до можливих криз та підтримкою молоді. У кожному плані, що претендує на фінансування, 37% бюджету мають бути пов'язані з кліматичними цілями, і щонайменш 20% - з цифровізацією [2].

Вище викладене ще раз підтверджує той факт, що діяльність суб'єктів господарювання у всіх сферах діяльності повинно трансформуватися, адаптуватися та налаштуватися під нові виклики сьогоденного буття. Це пояснюється тим, що оцифровка не тільки забезпечує безперервність ведення бізнесу для більшості суб'єктів сучасного економічного простору, але і дозволяє їм процвітати в «новій нормі». Адже, для одних підприємців часи обмежень, пов'язаних з пандемією стали неподоланими перешкодами, які призвели до краху, а для інших – новий поштовх до саморозвитку, переходу на нову модель діяльності, яка відкрила нові горизонти розвитку.

Потрібно зауважити, що трансформація діяльності суб'єктів господарювання – це завжди процес і еволюція, а не революція. Ось чому невеликі кроки, яких було впроваджено під час пандемії, є природною дією для суб'єктів, які навіть не були зрілими та готовими у цифровому відношенні, але змушені були відреагувати на нинішню кризу. Саме це є підґрунтям для планування наступних кроків, які призведуть до швидшого цифрового зростання та віднайдення механізмів розвитку в нових умовах [4].

Не менш важливим та суттєвим кроком стало використання новітніх технологій для встановлення та підтримки комунікації з клієнтами онлайн в режимі 24/7. Раніше багато суб'єктів, малих та великих, які започаткували свій бізнес в Інтернеті не були досить активними в підтримці комунікації з клієнтами зараз активно впроваджують системні, комплексні рішення з метою розширення можливостей контактування з активними та потенціальними клієнтами. На сьогоднішній день всі ці заходи стають важливим елементом їх стратегії, передусім, захисту доходів, клієнтської бази наявних та потенціальних покупців і/або споживачів товарів, робіт (послуг).

Невизначеність, яка стала характерною у зв'язку з мінливими екстернальними та інтернальними факторами розвитку, яку привнесла нам COVID-19, змушує ретельно планувати наші подальші кроки. З одного боку – в довгостроковій перспективі – поведінка споживача може змінитися через відчуття втрати безпеки, збереження соціальної дистанції, вимоги працювати віддалено. З іншого боку – деякі зі звичок, які формуються зараз, будуть впливати на вибір клієнта в майбутньому. Як це не парадоксально, але користувачі також кидаються напризволяще, проходять «інтенсив» чи прискорений курс життя в Інтернеті та набувають цифрові навички. Безсумнівно, це також і можливість для тих компаній, які досі вагалися і ще не шукали власної унікальної онлайн-присутності у сфері електронної комерції.

Ключові сфери, які формують конкурентні переваги для суб'єктів господарювання в новій цифровій реальності: оперативні дані; безконтактні технології; дистанційні рішення; автоматизація; інфраструктура [3].

Так, у міру того, як компанії і клієнти будуть все активніше будуть працювати в цифровому просторі, обсяг даних буде постійно збільшуватися. Обсяг даних буде включати в себе не тільки технічні дані про пристрої, що використовуються користувачами, але і їх поведінку в мережі (поведінкові дані). Мова йде про інформацію про товар (підбір товару на основі індивідуального профілю споживача, створення «розумних» товарів, що взаємодіють зі

споживачем, системах спільного споживання), про взаємодію в кіберпросторі – віртуальної і доповненої реальності (віртуальні примірочні кімнати, можливість реалізації самостійного дизайну замовленого виробу, 3D моделювання, вибір варіантів інтер'єру і т.д.), про різноманітні способи оплати в системах електронних платежів, про різноманітні способи доставки замовлених товарів у зазначений час та місце, про різні можливості інформаційної взаємодії в цифровому середовищі в будь-якому місці і в будь-який час.

Саме тут на допомогу приходять технологічні рішення класу CDP (Customer Data Platform), що дозволяють не тільки будувати бази даних клієнтів, отримувати «знання», але і їх швидко та ефективно активацію в каналах цифрового маркетингу. Рішення щодо впровадження інструментів CRM (Customer Relationship Management) – управління взаємовідносинами з клієнтами та їх інтеграції в ширшу екосистему дан-маркетингу сьогодні стають необхідністю. Вони впливають повсякденні відносини зі споживачами і дозволяють швидко спілкуватися та реагувати на мінливі ситуації.

Всі рішення, що використовують безконтактні технології, будуть користуватися все більшою популярністю. Очікується, що суб'єкти господарювання будуть більш уважно ставитися до своєї фінансової безпеки, а безконтактні рішення стануть частиною їх нової поведінки. Компанії, які піклуються про надання максимального сервісу своїм споживачам, будуть змушені переробляти свої послуги та продукти, щоб подбати про цей аспект, який не тільки створює відчуття безпеки, але й фактично забезпечує її. Популярність безконтактних платежів, каси самообслуговування та безконтактного обслуговування при прийомі-передачі замовлених товарів – це вже реальні рішення, які в під час пандемії виявилися особливо цінними для клієнтів.

Дистанційні рішення та нові споживчі звички з'явилися в сфері віддалених розваг, освіти, роботи, торгівлі, охорони здоров'я, комунікації, споживання засобів масової інформації, спортивних і розважальних заходів. В цьому сенсі

необхідно зауважити, що хоча деякі компанії здатні оцифрувати розповсюдження та продаж продуктів/послуг (електронні книги, електронне навчання, електронні рецепти, електронні свідоцтва), але виробничий процес все ще вимагає людського втручання (часто при нетипових замовленнях, в креативних проектах і т.п.). Тому компанії, які ефективно об'єднують обидва світи – фізичний та віртуальний, компанії, що використовують технології в якості важеля у всіх сферах діяльності можуть мати більше шансів впоратися з кризою.

Зрілі цифрові рішення забезпечують суб'єктам господарювання більш високий рівень самоорганізації та самодостатності, без необхідності в щоденній підтримці з боку ІТ-відділів. Це відноситься до співробітників (групова робота в хмарі, відеоконференції, пошук інформації, цифрова реклама, продажі та обслуговування клієнтів, HR і зарплата і т.д.), партнерам (системи управління проектуванням, виробництвом, замовленнями, логістикою, складським господарством, документообігом, електронним підписом і т. д.) або споживачам (електронна комерція, чат/голосові боти в службі підтримки клієнтів, електронний банкінг, електронний уряд). Автоматизація також дозволяє інтегрувати потік цифрових даних і процесів між різними ІТ-системами в рамках всієї організації і автоматизувати процеси, наприклад, за допомогою рішень класу RPA (Robotic Process Automation). У деяких випадках цифрові рішення після етапу впровадження і навчання користувачів практично не вимагають обслуговування. Враховуючи потенційні зміни у функціонуванні суспільства і суб'єктів господарювання, такого роду рішення не тільки підвищують ефективність їх діяльності, а й полегшать організацію ключових процесів.

Всі перераховані вище технології, однак, вимагають стабільної інфраструктури, яка дає можливість підтримувати продуктивність при збільшенні її навантаження. І, нарешті, саме інфраструктура дозволяє компаніям виробляти товари з урахуванням всіх побажань клієнтів без перебоїв, моніторити наявність їх на складах, забезпечити їх доставку у потрібне місце і у визначений

час та підтримувати комунікацію на всіх етапах від «А» до «Я».

Список використаних джерел:

1. Європарламент затвердив основну частину пакета порятунку економіки блоку на €700 млрд. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2021/02/10/7119642/>
2. Rozwiązania cyfrowe podczas pandemii. URL: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/digital-solutions-during-pandemic_pl
3. Transformacja biznesu to ciągły proces. URL: <https://www.pwc.pl/pl/artykuly/transformacja-cyfrowa-w-czasach-pandemii-covid-19.html>
4. Cherniavska, T. (2020). Financial provision of investment activities of the subjects of the world industry of tourist services /Trusova, N.V., Tanklevska, N.S., Cherniavska, T.A., ... Yeremenko, D.V., Demko, V.S./ Journal of Environmental Management and Tourism, 2020, 11(4), pp. 890–902. <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57218176732>

Кіяшко Ю.А., методист факультету Обліку та фінансів
Потапенко В.В., методист факультету Обліку та фінансів
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС В УМОВАХ ЗМІШАНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Анотація: Традиційну та онлайн-освіту можна і потрібно поєднувати. Їх гармонійну взаємодію називають змішаним навчанням. Кожний навчальний заклад України впроваджує подібний формат в умовах ситуації що виникла у світі. Ми дослідили його особливості та практичні переваги змішаної форми навчання..

Ключові слова: освіта, навчальний процес, діджиталізація, змішана форма.

Серед реформ вищої освіти, які тривають і можливі в майбутньому в Україні, діджиталізація навчального процесу вважається експертами як провідним, так і найбільш перспективним напрямком [1].

Діджиталізація є однією з тих тенденцій, яка з великою часткою ймовірності проявиться в найближчі п'ять – десять років і матиме найсильніший вплив (порівняно з іншими процесами) на реальність вищої освіти [2]. У той же час, на думку експертів, розповсюдження цифрових технологій не належить до найбільш значущих джерел ризику, інакше кажучи, джерел «критичних ситуацій» для вищої освіти. Можлива деградація шкільної освіти (збільшення кількості «слабких» здобувачів, яким важко навчатись далі) та «сировинний» сценарій соціально-економічного розвитку розглядаються як джерела критичних ситуацій у майбутньому. Оскільки експерти бачать майбутнє як діджиталізоване, вони, відповідно, вважають інвестиції в цифрову інфраструктуру (комп'ютерні мережі, обчислювальна потужність, програмне забезпечення, електронна університетська система, цифрове освітнє середовище) одним із пріоритетних напрямків для інвестицій у розвиток університетів, і вони очікують «швидких ефектів» або швидкої віддачі від цієї інвестиції [3].

Сьогодні у медіа часто вживають фразу «цифрове покоління». Поширювати

її почав американський письменник та дослідник у сфері освіти Марк Пренскі. Саме він вперше визначив “цифрове покоління”, як таке, що з’являється сьогодні і не тільки вміло використовує новітні технології, але й очікує на їх постійну доступність у всіх аспектах життя. Сучасні учні хочуть навчатися швидко, ефективно та мобільно. Один із способів надати їм таку можливість — запроваджувати систему змішаного навчання.

Термін «змішане навчання» (в англomовній літературі – blended або hybrid learning) має різні визначення у літературі. Загалом це – поєднання офлайн- (або особисто, «на місці») та онлайн-навчання у різних пропорціях. Сама концепція з’явилася ще в 1990-х як протипага онлайн-навчанню, проте вивчати та впроваджувати її почали лише з 2000-х.

На перший погляд, основна відмінність змішаного навчання від звичайної системи – активне використання технологій, щоб знайти матеріал і отримати нові знання. Так, технології стають повноцінною частиною навчального процесу. 862ротеї деться також і про поєднання різних підходів, способів подачі матеріалу, видів роботи.

Академія Хан, спільно із Summit Public Schools, запровадила систему змішаного навчання, яка, за словами вчителів та учнів – набагато ефективніша за старий спосіб навчання. Основні зміни [4]:

1. учні самі розраховують свій час – це збільшує ефективність навчання;
2. вчителі фокусуються на некогнітивних навичках (спілкування, самоідентифікація, робота в команді тощо) та формуванні світогляду учнів;
3. школи використовують систему групового викладання – наприклад, для одного класу урок проводять два вчителі – діляться досвідом одне з одним;
4. один день на тиждень учні працюють самостійно, а вчителі проводять короткі 10-хвилинні індивідуальні перевірки для кожного(-ної) учня(-иці) у класі.

Змішане навчання – не тотожне електронному (або онлайн-) навчанню.

Онлайн-навчання не передбачає особистої комунікації між сторонами навчального процесу. Це водночас його основна перевага і недолік у порівнянні зі змішаним навчанням. Ті які навчаються онлайн, не мають можливості особисто спілкуватись і розвивати навички роботи в команді. Натомість система змішаного навчання дозволяє вирішити цю проблему. Наприклад, дослідження змішаного навчання показало відгуки від студентів про найкращу результативність саме цієї системи у порівнянні з онлайн-навчанням та традиційною системою у класі.

Основні компоненти змішаного навчання, були виделені такі:

1. *Живі події.* По суті, «живе спілкування» передбачає частину звичної роботи “в аудиторії” з вчителями та іншими учнями. Залежно від системи змішаного навчання у конкретному випадку кількість та тип офлайн-активності будуть різними. Проте, вона – необхідна як частина навчального процесу.

2. *Онлайн-контент* (самостійне навчання). Під час такого типу роботи учень(-ниця) самостійно опрацьовує матеріали у зручному для нього (неї) темпі та місці. Важливо, щоб учителі надавали повні та зрозумілі інструкції щодо тієї роботи, яку має самостійно зробити учень(-ниця).

3. *Співпраця.* Поєднує два ключових елементи: робота з однолітками і робота з вчителями. Завдяки роботі з однолітками учні можуть знаходити нові рішення та ділитися отриманим досвідом та знаннями. Через особисту роботу з вчителем(-кою) учень(-иця) може отримувати відповіді на індивідуальні запитання та уточнювати незрозумілі моменти. Така модель повинна бути створена для конкретного типу навчання та курсу. Важливо, що подібна співпраця може відбуватися як в аудиторіях під час виконання групових завдань, так і через електронну пошту чи соціальні мережі.

4. *Оцінка.* Оцінка важлива як для обох сторін навчального процесу. Студенти можуть стежити за своїм прогресом, а викладачі натомість – оцінювати їхні знання та корегувати процес навчання через індивідуальне інструктування. Студенту (слухачу) надають пояснення щодо проходження певного курсу. Така

модель повинна бути створена для конкретного типу навчання та курсу. Щоб зрозуміти, як учні сприймають матеріал та як покращити цей процес, вчителі можуть використовувати і тестування. Про те, як побудувати ефективну систему оцінювання завдяки тестуванню, читайте у нашому блозі «Як створити якісні тести».

5. Додаткові матеріали. Додаткові матеріали можуть охоплювати роздруковані матеріали, схеми, корисні ресурси тощо.

Дослідники у сфері освіти Чарльз Греєм та Джаред Стайн виділяють три основні переваги системи змішаного навчання: доступність, покращення навчального процесу та зменшення витрат.

1. Доступність та зручне користування. Самостійне опрацювання частини матеріалу робить навчальний процес більш гнучким. Слухачі курсу можуть проглянути його у такому місці та темпі, який зручний саме для них. Формат уроку зазвичай не дає можливості повторити пройдений чи осмислити новий матеріал у потрібному обсязі. Натомість за змішаного навчання учні самі можуть структурувати проходження того матеріалу, який їм потрібно засвоїти у межах однієї теми. Наприклад, повертатись до попередніх уроків, шукати додаткову інформацію, конспектувати тощо.

У цьому пункті може виникнути запитання: чи достатньо учням мотивації, щоб проходити онлайн-частину до кінця без постійного контролю?

Салман Хан, засновник платформи онлайн-освіти «Академія Хан», відповідає на нього так: «Більшість учнів справді хочуть розв'язувати навчальні завдання. Причина того, чому вони не можуть – у їхніх проблемах з навчанням. Але якщо учні мають можливість обрати зручний для них спосіб і працювати у своєму режимі – то найімовірніше, вони таки вирішать ці завдання вдома. До того ж, деякі онлайн-системи дають можливість контролювати прогрес учнів та час виконання завдань. Тобто, вчителі чи батьки можуть стежити за цим процесом».

З іншого боку, Салман Хан визнає, що для деяких учнів будь-яка домашня

робота не має значення. Тобто, незалежно від навчальної системи, вони будуть виконувати тільки завдання у класі. За таких умов найкращим рішенням буде все ж зосередитися у класі на практичних завданнях. Активне навчання через комунікацію з однолітками допомагає засвоїти матеріал навіть, якщо лекційна частина пропущена [4].

1. Покращення навчального процесу. Згідно з дослідженнями у різних сферах, система змішаного навчання – більш ефективна, ніж звичайне навчання у класі чи онлайн-навчання, незалежно від напрямку курсу. Це відбувається завдяки:

- Кращому дизайну інструкцій. Найчастіше курси за системою змішаного навчання – більш спрямовані. Це означає глибоку методичну розробку та дизайн інструкцій для конкретного курсу та роботи у ньому.

- Кращій орієнтації. За системи змішаного навчання учні не просто отримують настанови від вчителів чи спираються на програму курсу. Вони здобувають інструментарій для самостійної навігації та пошуку матеріалу у межах теми.

- Врахуванню індивідуальних можливостей. Робота з онлайн-матеріалами дозволяє учням рухатися у власному темпі, а не наздоганяти решту класу. У деяких випадках електронна система (якщо це передбачено курсом) надає учням фідбек, відповідно до якого вони можуть заповнювати пропущені теми чи повертатися до тих, які забули.

- Підвищенню рівня залученості внаслідок соціальної взаємодії. За звичайної системи учні рідко працюють над певною темою усім класом. Крім того, дехто відчуває труднощі у взаємодії з великими групами людей. Тому замість скорочення кількості соціальної взаємодії через введення онлайн-частини – змішане навчання навпаки найчастіше стимулює командну роботу.

- Моніторингу часу на завдання. Онлайн-платформи дозволяють бачити кількість часу, яку витрачають учні на виконання різних завдань. Відтак – корегувати навчальний процес та роботу з конкретними учнями на основі цього.

2. Зменшення (чи гнучкість) витрат [4].

Система змішаного навчання може оптимізувати витрати на використання приміщення чи розробку додаткових матеріалів. Так, слухачи і працюють онлайн і не потребують, наприклад, роздрукованих додатків для певного матеріалу. Змішане навчання також може вирішити проблему з наданням підручників, оскільки учні можуть працювати з матеріалами без паперових аналогів.

Для ефективного залучення учасників освітнього процесу у сам процес ПДАА застосовує всі можливі й доступні канали комунікації. Електронні навчальні посібники, презентації, інший навчальний контент розміщені у системі MOODLE. Використання даної системи для проведення дистанційних занять є простим та зрозумілим, студенти у зручному місці та у зручний час отримують доступ до різних джерел інформації, що підвищує ефективність самостійної роботи. Через корпоративний зв'язок, кожен здобувач вищої освіти на початку навчального року отримав власний корпоративний e-mail ПДАА, завдяки якому мав змогу авторизуватись в Google пошті, а отже отримав можливість для прямої та швидкої комунікації не лише з куратором, лекторами, але й з університетом. Викладачами нашого ВНЗ за допомогою додатку Google Meet – сервісу для проведення відеоконференцій, онлайн-зустрічей і дистанційного навчання, проводяться лекції та практичні заняття. Варто зазначити, що для досягнення максимально повного зворотного зв'язку, канали комунікації мають обиратися з урахуванням технічних можливостей здобувачів вищої освіти. На наш погляд, програма Google Meet відмінно підходить для індивідуальних і групових занять, оскільки студенти мають змогу приєднатися до спілкування, як з комп'ютера, так і з планшета або з телефону.

Отже, дослідивши публікації іноземних науковців, дослідивши існуючі комунікації в ПДАА ми розібрали, що таке система змішаного навчання, у чому її відмінність від інших навчальних систем та які переваги щодо них вона має. Підвищення якості вищої освіти – одна з актуальних проблем сьогодення не лише для України, але й для всієї світової спільноти. Оскільки в умовах пандемії

та карантинних обмежень заклади вищої освіти були вимушені терміново переводити освітній процес у дистанційний або змішаний формат, значно посилюється інтерес викладачів до інтерактивних засобів навчання, які здатні ефективно реалізувати ідеї змішаного навчання.

Список використаних джерел:

1. Пилипенко К.А., д.е.н, доцент; Кулик В.А., д.е.н, професор; Пономаренко О.Г., к.е.н., доцент Якість освіти в умовах диджиталізації. Матеріали 52-ї науково-методичної конференції викладачів і аспірантів «Модернізація освітньої діяльності та проблеми управління якістю підготовки фахівців в умовах діджиталізації». м. Полтава : ПДАА, 2021. С. 192-197/

2. H. Jaakkola, H. Aramo-Immonen, J. Henno and J. Mäkelä, «The digitalization push in universities», 2016 39th *International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO)*, Оpatija. 2016. pp. 1025-1031.

3. Залізко В. Д., Старинець О. Г. Інноваційні засоби діджиталізації послуг в об'єднаних територіальних громадах. *Бізнес Інформ*. 2019. № 5 (496). С. 62-66.

4. Змішане навчання: сутність та переваги у сучасному світі. URL: <http://blog.ed-era.com/blended-learning-sut-pierievaghi-ta-uspishni-prikladi/>

УДК 519.862

Мандра Н.Г. к.е.н., доцент, доцент кафедри
Фінанси і банківська справа
Лактіонова О.Ю., к.е.н., доцент, доцент кафедри
Фінанси і банківська справа
Десятський С.П., к.ф.-м.н, доцент, доцент кафедри
Вища та прикладна математика
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
(м. Маріуполь, Україна)

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ БЮДЖЕТАМИ УКРАЇНИ

Анотація: досліджено використання економіко-математичних моделей - інструментарія предикативної аналітики (рівняння кореляційного і множинного регресійного аналізу), який дозволив здійснити моніторинг доходів місцевих бюджетів для своєчасної їх коригування та отримання додаткового фінансування розвитку об'єднаних територіальних громад.

Ключові слова: предикативна аналітика; місцеві бюджети; моніторинг, об'єднані територіальні громади.

У дохідній частині місцевого бюджету, яка формується за рахунок податкових, неподаткових надходжень і міжбюджетних трансфертів, спостерігається постійна нестача коштів не тільки на розвиток, а і на поточні потреби. Серед безлічі існуючих в наукових працях методик оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів виділено такі найбільш комплексні методики [1]: на основі факторного і коефіцієнтного аналізу; індикативного аналізу фінансової стійкості і фінансової безпеки муніципального освіти; аналіз стійкості територіального бюджету; методика оцінки фінансово-бюджетної стійкості; методика комплексної оцінки бюджетної стійкості муніципальних утворень з урахуванням інтегрального трендового індексу і показника ризику бюджетних потоків регіону [1]: а) єдності в назвах даних бюджетних коефіцієнтів, тобто однакові за змістом і змістом показники можуть називатися авторами по-різному; б) можна виділити наступні єдині абсолютні показники, які застосовуються авторами в різних комбінаціях при розрахунку бюджетних коефіцієнтів: власні доходи місцевих бюджетів, чисельність населення

муніципальних утворень, обсяг безоплатних надходжень до місцевих бюджетів (дотацій, субсидій, субвенцій), обсяг муніципального боргу; в) склад бюджетних коефіцієнтів і їх вагові коефіцієнти, які застосовуються при оцінці фінансової стійкості бюджетів муніципальних утворень, визначаються перерахованими вище авторами на основі експертної думки, а не за допомогою застосування математичного апарату, що призводить до виникнення суб'єктивного ризику при виборі бюджетних коефіцієнтів, визначенні вагових коефіцієнтів і, як наслідок, може призвести до спотворення кінцевих результатів оцінки.

При кількісній оцінці фінансової стійкості бюджетів є можливість за допомогою застосування методів статистичного аналізу визначити доцільність вибору бюджетних коефіцієнтів і визначити їх значимість, що, в свою чергу, дозволило б, на наш погляд, об'єктивно розподілити вагові коефіцієнти для даних показників.

Автори читають, що одним з напрямків вирішенню проблеми оцінки стійкості, особливо при переході до об'єднаних територіальних громад, может стать использование інструментарію кореляційного аналізу. Місцевим органам власти надані права, что дають можливість складати, розглядати, затверджувати и виконувати свой бюджет - централізованій фонд фінансових ресурсів муніципальних утворення, у которого постійно спостерігається дефіцит фінансових ресурсів, який покривається за рахунок міжбюджетних трансфертів. Кореляційний аналіз є найбільш відомим методом формального аналізу, використовуючи який можна знайти, як параметри, які мають сильну зв'язок з вихідними параметрами, так і параметри, які слабо пов'язані з вихідними даними. Сучасне програмне забезпечення дозволяє автоматизувати процес кореляційного аналізу, залишивши на дослідника підготовку даних і інтерпретацію отриманих результатів, що дозволить підняти процес управління доходами місцевих бюджетів на принципово новий рівень, при якому значно збільшується швидкість і якість прийняття управлінських рішень, складні завдання управління будуть вирішуватися з великим обґрунтуванням.

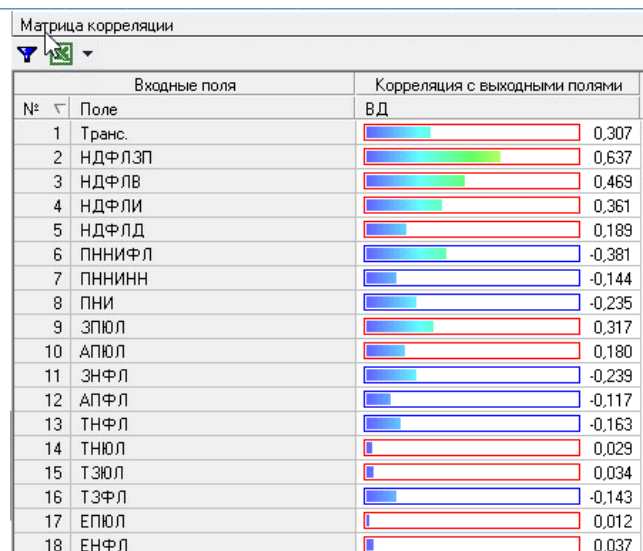


Рис. 1. Візуалізація результатів розрахунку кореляції сили зв'язку податкових надходжень з прибутковою частиною місцевого бюджету м. Маріуполя, 2018-2019 р.

Сила зв'язку і спрямованості між вхідними полями (податковими надходженнями) з вихідним полем - ВД (Y) - всього доходів в місцевому бюджеті м. Маріуполя за період 2018-2019гг. показана на рис.1.

Таблиця 1

Визначення сили зв'язку і спрямованості між вхідними полями (податковими надходженнями) з вихідним полем - ВД (Y) - всього доходів в місцевому бюджеті, 2018-2019гг.,

Позначення	Визначення податків	Сила зв'язку
НДФЛЗП, X1	Податок на доходи фізичних осіб, що сплачується з доходів платника податку у вигляді заробітної плати.	0,637
НДФЛВ, X2	Податок на доходи фізичних осіб з грошового забезпечення, грошових винагород	0,469
НДФЛИ, X3	Податок на доходи фізичних осіб, що сплачується з доходів платника податку відмінних заробітна плата.	0,361
НДФЛД, X4	Податок на доходи фізичних осіб, що сплачується фізичними особами за результатами річного декларування.	0,189
ПНИФЛ, X5	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, сплачений фізичними особами	-0,381
ПННИНН, X6	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, сплачений фізичними особами, які є власниками обсягів нежитлової нерухомості	-0,144
ПНН, X7	Податок на нерухоме майно	-0,235
ЗПЮЛ, X8	Земельний податок з юридичних осіб	0,317
АПЮЛ, X9	Орендна плата з юридичних осіб	0,180
ЗНФЛ, X10	Земельний податок з фізичних осіб	-0,239
АПФЛ, X11	Орендна плата з фізичних осіб	-0,117

ТНФЛ, X12	Транспортний податок з фізичних осіб	-0,163
ТНЮЛ, X13	Транспортний податок з юридичних осіб	0,029
ТЗЮЛ, X14	Туристичний збір, який сплачується юридичними	0,034
ТЗФЛ, X15	Туристичний збір, який сплачується фізичними особами	-0,143
ЕПЮЛ, X16	Єдиний податок з юридичних осіб	0,012
ЕНФЛ, X17	Єдиний податок з фізичних осіб	0,037
Транс.	Міжбюджетні трансферти	0,307

Сила зв'язку між змінними - податковими надходженнями з показниками «всього доходів місцевого бюджету, ВД», згідно з табл.1 і рис.1 відповідає середнім, слабким і дуже слабким коефіцієнтам кореляції. Самим значущим фактором в результативному факторів цього доходів місцевого бюджету м.Маріуполя є податок на доходи фізичних осіб. Візуалізатор матриці кореляції дозволяє своєчасно виявити незначні фактори і може використовуватися для їх усунення, тобто з'являється можливість для коригування податкової політики в регіоні, шляхом зміни окремих елементів (платник податків; об'єкт оподаткування; податкова база; одиниця оподаткування; податкові пільги; податкова ставка, порядок обчислення; податковий оклад) конкретних місцевих податків, зборів і платежів, щоб перевести ці незначні фактори або в значущі, або взагалі відмовитися від цих податків, зборів і платежів що не ефективних.

Згідно візуалізатору (рис.1), за період 2018-2019 рр. очікування, що малий і середній бізнес наповнить місцевий бюджет не виправдалися на даному етапі розвитку економіки України. Це побічно повідомляє про те, що малий і середній бізнес, який в основному знаходиться на єдиному податку, не розвинений в досліджуваній адміністративної одиниці (м. Маріуполь), або знаходиться в тіні і здійснює свою діяльність частково або повністю без оподаткування. Для того, щоб фактор - єдиний податок з діяльності малого і середнього бізнесу став значущим в дохідної частини місцевого бюджету (ВД), необхідно змінити деякі елементи цього податку, тобто здійснити дії по розширенню бази оподаткування малого і середнього бізнесу в досліджуваному місцевому бюджеті.

Висновок. Показано, що кореляційний аналіз сили зв'язку податкових, неподаткових надходжень і трансфертів до дохідної частини місцевих бюджетів на прикладі м. Маріуполя, можна використовувати для своєчасної коригування

податкової політики в конкретній територіальній громаді спільно з іншими інструментами.

Список використаних джерел:

1. Тухбатуллин Р.М. Комплексна оцінка фінансової стійкості бюджетів муніципальних утворень із застосуванням кореляційного аналізу. Вісник економіки, права та соціології, 2016, № 2.

УДК 336.71

О.Мелешко, аспірант,
кафедри фінансів, обліку та оподаткування
ПВНЗ «Європейський кніверситет»
(м.Київ, Україна)

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА І ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА: ПРОБЛЕМИ І РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

Анотація: обґрунтовано вплив тіньової економіки на фінансову безпеку країни. Означено підходи до визначення рівня тіньового сектору. Розраховано інтегральний показник фінансової безпеки та рівня тіньової економіки з використанням монетарного методу.

Ключові слова: тіньова економіка, фінансова безпека, монетарний метод.

Актуальність проблеми розвитку тіньової економіки в нашій країні не викликає жодних сумнівів. Її негативний вплив на більшість основних економічних процесів: формування та розподілу доходів, торгівлі, інвестування та економічного розвитку є суттєвим чинником формування економічної та фінансової безпеки країни. З огляду на це цілком очевидно є необхідність ґрунтовного дослідження цієї проблеми крізь призму її впливу на показники фінансової безпеки.

Питання методології розрахунку рівня тіньової економіки є достатньо вивченим та розвинутим в сучасній науково-практичній літературі. Крім того, воно в достатній мірі висвітлене у нормативних документах Міністерства економіки. Зокрема, оцінка тенденцій тіньової економіки в Україні на державному рівні проводиться на базі розроблених Методичних рекомендацій розрахунку рівня тіньової економіки, затверджених Наказом Міністерства економіки України 18.02.2009 № 123 [1]. Станом на 2020 рік Відділом з питань економічної безпеки, детінізації економіки та статистики Департаменту стратегічного планування та макроекономічного прогнозування Міністерства економіки України розраховуються наступні показники тіньової економіки (табл. 1):

1) рівень тіньової економіки за методом збитковості підприємств, % до обсягу офіційного ВВП;

2) рівень тіньової економіки за методом “витрати населення – роздрібний товарооборот і послуги”, % від обсягу офіційного ВВП;

3) рівень тіньової економіки за електричним методом, % від обсягу офіційного ВВП;

4) рівень тіньової економіки з використанням монетарного методу, % від обсягу офіційного ВВП.

Таблиця 1

Рівень тіньової економіки, розрахований з різними методами, % до обсягу офіційного ВВП, 2010-2019 рр

Показник	Роки									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Рівень тіньової економіки за методом збитковості підприємств	34	29	31	31	35	30	25	25	23	20
Рівень тіньової економіки за методом “витрати населення – роздрібний товарооборот і послуги”	30	43	40	40	44	44	38	38	33	30
Рівень тіньової економіки за електричним методом	36	28	28	30	38	35	31	29	27	26
Рівень тіньової економіки з використанням монетарного методу	38	34	30	29	33	33	33	31	32	30

Джерело: [2]

Для оцінки впливу тіньової економіки на фінансову безпеку нами проведено дослідження взаємозв'язків показників рівня тіньової економіки, розрахованих за різними методиками, із інтегральним коефіцієнтом фінансової безпеки країни, а також індикаторів його формування (бюджетної, грошово-кредитної, боргової, валютної, банківської безпеки, а також безпеки небанківського сектору).

На початковому етапі дослідження проведено кореляційний аналіз взаємозв'язку інтегрального коефіцієнта фінансової безпеки (y) із переліченими вище показниками рівня тіньової економіки (x_j), де:

x_1 - рівень тіньової економіки за методом збитковості підприємств;

x_2 - рівень тіньової економіки за методом “витрати населення – роздрібний товарооборот і послуги”;

x_3 - рівень тіньової економіки за електричним методом;

x_4 - рівень тіньової економіки з використанням монетарного методу.

Коефіцієнт множинної кореляції, R становить 0,7526, що свідчить про сильний зв'язок між результативною ознакою Y і факторами X_i .

Матриця парних коефіцієнтів кореляції наведена в табл. 2.

Таблиця 2

Матриця парних коефіцієнтів кореляції інтегрального показника фінансової безпеки та коефіцієнтів рівня тіньової економіки, розрахованих за різними методичними підходами, R

-	y	x_1	x_2	x_3	x_4
y	1	0.1822	0.2157	-0.2034	-0.5369
x_1	0.1822	1	0.4765	0.7643	0.4152
x_2	0.2157	0.4765	1	0.3165	-0.1606
x_3	-0.2034	0.7643	0.3165	1	0.5891
x_4	-0.5369	0.4152	-0.1606	0.5891	1

Джерело: розрахунок автора

Із проведеного кореляційного аналізу випливає, що найбільша тіснота зв'язку ($R=-0,5369$) спостерігається в оберненій взаємозалежності інтегрального показника фінансової безпеки та рівня тіньової економіки, розрахованого з використанням монетарного методу (рис. 1).

Монетарний підхід базується на використанні методу П. Гутмана, що передбачає врахування співвідношення між готівковими коштами й обсягом банківських депозитів (уперше такий прийом для пояснення динаміки тіньової економіки запропонував Ф. Кейган у 1958 р., пояснивши зростання попиту на готівку нелегальними трансакціями «чорного» ринку США). Зв'язок між ВВП та попитом на готівку визначається за формулою:

$$T_{.M^t} = \frac{1 - f_t}{f_{t-1}}, \quad (1)$$

де f_t – показник відношення обсягу депозитів до грошового агрегату в періоді, що аналізується;

f_{t-1} – показник відношення обсягу депозитів до грошового агрегату в аналогічному періоді попереднього року.

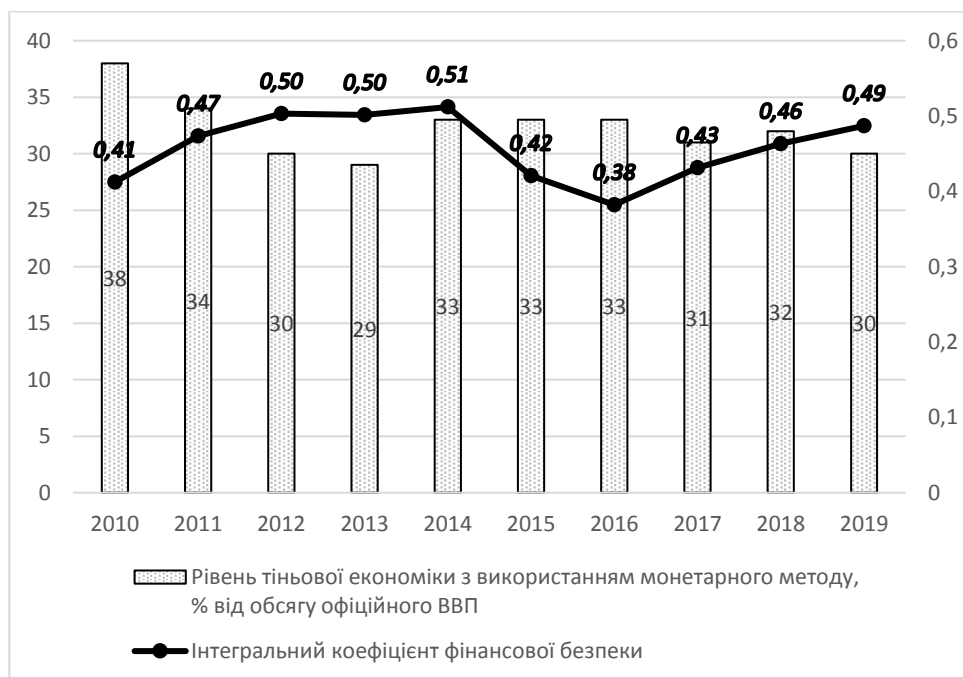


Рис. 1 Динаміка інтегрального показника фінансової безпеки та рівня тіньової економіки, розрахованого з використанням монетарного методу, 2010-2019 рр.

Джерело: побудовано автором на основі проведених розрахунків та даних Департаменту економічної стратегії та макроекономічного прогнозування Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства [1].

Показник відношення обсягу депозитів до грошового агрегату $M2$ (f) у зазначених періодах розраховується за такою формулою:

$$f = \frac{\frac{D}{M2_{t_0}}}{\frac{M2 - M0}{M2_{t_0}}} = \frac{M2 - M0}{M2_{t_0}}, \quad (2)$$

де $M2$ – грошова маса у відповідному періоді (млн. гривень);

D – банківські депозити у відповідному періоді (млн. гривень);

$M0$ – гроші поза банками у відповідному періоді (млн. гривень);

t_0 – базовий період, за який прийнято 1991 рік.

Зазначимо, що згідно із методичним підходом, розробленим Міністерством економіки, при розрахунку рівня тіньової економіки за монетарним методом зроблено припущення, що базовим є “умовний” рік, в якому відношення обсягу

депозитів до грошового агрегату M_2 ($f_0 = \frac{M_2 - M_0}{M_2}$) становить 0,95. Результат відношення f_0 визначене методом усереднення та аналогій на базі досвіду країн (Бельгія, Велика Британія, Данія, Швеція), результат відношення f_0 в яких є високим, а рівень тіньової економіки серед країн світу, за оцінками експерта МВФ Фрідріха Шнайдера, незначним (< 20%). За такої умови будь-яке збільшення обсягу готівки є свідченням утворення потенційних можливостей для збільшення рівня тіньової економіки [1].

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації розрахунку рівня тіньової економіки, затверджені Наказом Міністерства економіки України 18.02.2009 № 123. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0123665-09#Text>

2. Тенденції тіньової економіки в Україні у січні -березні 2020 року. URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=699fa73c-084f-431a-9491-47ad5ffbaf09>

УДК 330.1:338.4: 657.243

О.В. Назаренко, д.е.н., професор,
професор кафедри обліку і оподаткування
Сумський національний аграрний університет
(м. Суми, Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО СУПРОВОДЖЕННЯ ВАЛОРИЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Анотація: представлено теоретико-методичні аспекти та практичні особливості обліково-аналітичного супроводження формування доданої вартості у процесі валоризації продукції фермерського господарства на прикладі озимої пшениці.

Ключові слова: валоризація, витрати, додана вартість, прибуток, фермерське господарство

Сучасні умови ведення бізнесу спонукають аграрні підприємства працювати в умовах жорсткої конкуренції. Існування постійних викликів щодо покращення якості сільськогосподарської продукції, обмеженість наявних ресурсів, постійного тиску з боку великих товаровиробників (агрохолдингів) вимагають від фермерських господарств (мікро та малих підприємств) пошуку шляхів підвищення доданої вартості у власному виробництві (валоризації готової продукції до такого стану, який забезпечував би конкурентні переваги окремого господарюючого суб'єкта).

У науковому світі валоризацію сільськогосподарської продукції пов'язують із категорією «додана вартість», яка знаходить широке застосування при проведенні організаційно-економічної характеристики, ідентифікації облікового супроводження та особливостей функціонування аграрних підприємств. Теоретичне обґрунтування, особливості практичної імплементації даних дефініцій у своїх наукових працях розглядали: Гнатишин Л.Б., Портер М., Прокопишин О.С., Саблук В. П. та інші.

Проте, за сучасних умов господарювання, дана тематика вирізняється надзвичайною актуальністю.

Саблук В. П. акцентує увагу на тому, що додана вартість тлумачиться як різниця між вартістю продукції, яку виробило господарство, і вартістю, виробленою іншими виробниками у попередніх циклах виробництва, яку господарство не виробляло, а лише придбало. Відповідно, дуже проста формула, як і похідні від неї заключення: а) будь-яка вартість, якщо вона не виробляється на землі, живими організмами чи рослинами, не є продуктом (вартістю) сільського господарства; б) навіть глибока прифермська переробка чи виробництво харчів прирівнюється і зараховується до сільськогосподарського виробництва за умови, що продукція вироблена в межах одного господарюючого суб'єкта із власної сільгоспсировини [2].

Група авторів на чолі з Гнатишин Л.Б. зазначає, що валоризація – це сукупність заходів для штучного підвищення ціни аграрної продукції, що особливо актуально для фермерських господарств. Відповідно способом дуального впливу на результативність фермерства в сенсі покращання ефективності відтворення виробничого потенціалу та підвищення конкурентоспроможності має бути процес, спрямований на валоризацію високоякісних харчових продуктів. Ключовим елементом дослідження виступає індикатор «Додана вартість», який передбачає наявність таких складових: амортизація необоротних активів, заробітна плата з нарахуваннями найманих працівників, прибуток та специфічні витрати (вартість використаного земельного капіталу) [1].

Погоджуючись з думкою даної групи науковців та тлумаченням представленим в економічній теорії, можемо зазначити, що додана вартість складається із трьох компонент, кожна з яких представляє собою результат участі того або іншого фактору: живої праці; капіталу; землі та ще із двох складових: прибутку та податків. Базуючись на цьому, додану вартість часто визначають як суму факторних доходів.

Додану вартість продукції отриманої за підсумками роботи фермерських господарств слід визначати за формулою 1.

$$ДВ = Зп + Св + А + Вз + П \quad (1)$$

де ДВ – додана вартість; Зп – заробітна плата найманих працівників; Св – соціальні виплати; А – амортизація необоротних активів; Вз – вартість земельного капіталу (сума орендної плати за земельну ділянку, сума єдиного податку четвертої групи, сума земельного податку); П – прибуток.

Зростання доданої вартості продукції виробленої фермерськими господарствами (навіть у випадках, коли діяльність не обмежена межами внутрішнього виробництва, та містить витрати, які формують основну і додану вартість) має забезпечити процес валоризації.

Але при цьому не слід забувати про взаємозв'язок між доданою вартістю, прибутковістю сільського господарства та зацікавленістю, економічним зиском безпосередньо фермерів та місцевих сільських (селищних) громад.

Використання у власній діяльності існуючої методики обліку витрат, зробить можливим для фермера визначення величини доданої вартості, оскільки інформація у системі бухгалтерського обліку буде відображена у згрупованому вигляді (таблиця 1).

Таблиця 1

Трансформація елементів витрат у категорію «Додана вартість», що сформована у процесі валоризації сільськогосподарської продукції (Пшениця озима) у ФГ «Шепіль Я.А.» за 2020 рік, грн.

«Відомість обліку витрат і виходу продукції» (рахунок 23)			«Додана вартість»		
Елементи витрат	Дебет	Кредит	Елементи	Витрати	Доходи
«Матеріальні витрати»	3940400	5311700	Дохід від реалізації	X	6302250
«Витрати на оплату праці»	309300		«Заробітна плата» (Зп)	309300	
«Відрахування на соціальні заходи»	68100		«Відрахування на соціальні заходи» (Св)	68100	
«Амортизація»	213300		«Амортизація» (А)	213300	
«Інші операційні витрати»	780600		«Вартість земельного капіталу» (Вз)	780600	
			«Прибуток» (П)	990550	
Разом витрат	5311700		x	Разом додана вартість (ДВ)	

Джерело: сформовано автором за даними звітності ФГ «Шепіль Я.А.»

Організація облікового супроводження валоризації у фермерських господарствах сприятиме повному та своєчасному забезпеченню інформаційних потреб усіх категорій користувачів звітної інформації.

Якісна реалізація процесу валоризації вимагає формування доданої вартості фермерських господарств з відповідним співвідношенням соціальної та комерційної складової із залученням інноваційних (енергоощадних) технологій та необхідної виробничої інфраструктури (складські приміщення, лінії з переробки, додаткові торгові площі тощо).

Слід взяти до уваги, що не лише прибуток, як окрема частина доданої вартості, може виступати єдиним мотиватором щодо господарювання фермером, а й дві інші, праця і земля, можуть бути ще потужнішим двигуном, навіть за відсутності прибутків. Структуру доданої вартості, сформованої у процесі валоризації сільськогосподарської продукції на прикладі пшениці озимої у ФГ «Шепіль Я.А.» Роменського району Сумської області у 2020 році представлено на рис. 1.



Рис. 1 Структура доданої вартості, сформованої у процесі валоризації продукції (Пшениця озима) у ФГ «Шепіль Я.А.» за 2020 рік, %.

Джерело: сформовано автором за даними звітності ФГ «Шепіль Я.А.»

Методологічно основу бухгалтерського обліку валоризації представляє облік в розрізі елементів витрат, які формують собівартість виробленої

продукції. Структура елементів витрат відповідає компонентній наповненості показника доданої вартості сільськогосподарської продукції.

Проаналізувавши дані представлені на рис. 1, можемо зазначити, що у дослідженому фермерському господарстві при вирощуванні пшениці озимої, найбільш вагомою складовою доданої вартості виступає прибуток 41,9 %, зовсім незначну питому вагу мають заробітна плата 13,1 % та амортизація 9,0 %. Вартість земельного капіталу, як основного базису при виробництві складає 33,1%.

Отже, за сучасних бізнес умов, актуальною виступає інформаційно-аналітична підтримка даної облікової компоненти. Наявність таких структурних показників, на нашу думку, дає підстави для проведення їх подальшої деталізації у відповідності до вимог окремих стейкхолдерів (самого фермера, потенційних та існуючих інвесторів, державних контролюючих органів, місцевої громади тощо).

Список використаних джерел:

1. Гнатишин Л.Б., Прокопишин О.С., Поверляк Т.І. Валоризація аграрної продукції в системі бухгалтерського обліку фермерських господарств. Інфраструктура ринку. 2020 Вип. 40. С. 438-447 URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/77.pdf (дата звернення: 22.03.2021).

2. Саблук В. Як «виростити» додану вартість в АПК. URL: <https://agropolit.com/blog/123-yak-virostiti-dodanu-vartist-v-apk>. (дата звернення: 22.03.2021).

УДК 347.454 (1-751.3)

Ніколайчук Т.О., магістр правознавства, аспірант,
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ
(м. Одеса, Україна)

ІНФОРМАЦІЙНО-СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГООРІЄНТОВАНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАПОВІДНИХ ТЕРИТОРІЯХ

Анотація. Незважаючи на чималий ресурсний потенціал, об'єкти ПЗФ, мають недостатні показники динаміки економіко-екологічного розвитку, що зумовлюється використанням неефективних інструментів управління. З метою формування дієвих механізмів економіко-регуляторного характеру необхідно створити прозорий механізм збору інформації, в т.ч. статистичних даних.

Ключові слова: природно-заповідний фонд, статистична інформація, еколого-економічні показники, зонінг функцій, економіко-ефективне управління.

Економіко ефективно управління та розвиток територій природно-заповідного фонду (надалі-ПЗФ), має враховувати не тільки ступінь виконання природоохоронних функцій, а також можливості економіко-екологічних та соціально-екологічних потреб населення та регіону, а саме:

- заповідні території мають зонуватись не тільки за природоохоронною цінністю, а також за економіко-екологічним потенціалом, потенційними векторами господарської діяльності;

- менеджмент об'єктів ПЗФ має поєднувати не тільки екологічний потенціал, але й економіко-соціальний – при реалізації як господарських, так і негосподарських функцій;

- негосподарські функції передусім реалізуються переважно в заповідній зоні об'єктів ПЗФ, оскільки її основна мета – охорона природного ландшафту, унікальних природних комплексів, цінних біотопів.

Д. Муліот, М. Кулолі, Д. Пелетьєр, А. Томашіні зазначають, що природоохоронна та економічна складові діяльності природоохоронних територій мають не тільки важливе значення для підтримання екосистем, але й

також – для соціального розвитку регіонів. Охорона та відтворення екосистем, сприяє не тільки збереженню все існуючого біорізноманіття, що позитивно впливає на стан здоров'я населення, але й сприяє залученню інноваційних технологій в регіон [1].

Хамфрис У. Ф. та Китченер Д. Дж. стверджують, що формування еколого-економічних напрямів розвитку на заповідних територіях має ґрунтуватись на традиційних видах господарської діяльності, яка притаманна відповідним регіонам. Кардинальна зміна векторів еколого-економічної діяльності може мати негативний вплив на місцеве населення, як основний ресурс трудового капіталу [2].

Р. Грюневельд стверджує, що під час проекту створення заповідних територій має здійснюватись прогноз економіко-екологічного потенціалу заповідної ділянки, в тому числі витрат на охорону та відтворення унікальних екосистем, та можливості запровадження альтернативних економіко-організаційних шляхів розвитку таких територій [3].

З метою здійснення належного рівня розвитку та управління еколого-економічним та еколого-соціальним напрямами розвитку об'єктів ПЗФ України, необхідно враховувати позитивні та негативні дані щодо таких векторів діяльності по регіонах та країни в цілому. Однак, станом на сьогоднішній день статистичні дані щодо багатьох напрямів еколого-економічної діяльності установ заповідної сфери або застарілі або взагалі відсутні. Аналізуючи дані Державної служби статистики України ми можемо побачити інформацію загального характеру, як площа об'єктів природно-заповідного фонду по областях, та узагальнена по державі в цілому [4]. В статистичних збірниках відсутня інформація щодо обсягів фінансування установ природно-заповідного фонду по таким напрямам діяльності, як туристична, рекреаційна, еколого-освітня, науково-дослідна та, навіть, природоохоронна; також повністю відсутня інформація щодо кількісного складу та обсягів фінансування персоналу заповідної галузі, з градацією по професіях, посадах, динаміки міграції

персоналу тощо.

Ефективність розвитку економіко-екологічних інструментів діяльності установ природно-заповідного фонду залежить не тільки від власне внутрішніх векторів роботи самих об'єктів ПЗФ, алей від механізмів співпраці з представниками приватного сектору економіки країни. Однак, простежити динаміку розвитку еколого-економічної складової в установах ПЗФ та економічно-організаційні механізми співпраці з представниками приватного сектору економіки не є можливим, оскільки чинними законодавством [11] не передбачено обов'язок адміністрацій установ заповідної справи та приватних підприємців надавати статистичні дані щодо кількості рекреантів або туристів, які відвідали заповідні території, отримали послуги еколого-економічного характеру, тощо. Нами пропонується розроблення уніфікованої статистичної таблиці, яка відобразатиме кількість осіб, що відвідали об'єкт ПЗФ, скористалися послугами еколого-економічного характеру, які надаються власне адміністраціями установ ПЗФ та приватними підприємцями, що здійснюють господарську діяльність на заповідних територіях. Крім того адміністрації установ ПЗФ також мають подавати кількість угод, які були укладені з представниками приватного сектору економіки та вказувати запланований дохід від такої співпраці. Наявність відповідної статистичної інформації значно спростить та зробить прозорішою механізми державно-приватної співпраці в цілому та оперативно відобразатиме слабкі сторони того чи іншого виду співробітництва, наявність попиту на ринку таких услуг та обсяги кінцевих споживачів еколого-економічного продукту. Збір та аналіз відповідної інформації звітно-статистичної інформації надасть можливість оперативного вирішення наступних питань:

- можливість відслідкувати динаміку розвитку механізмів державно-приватного партнерства між установами ПЗФ та представниками приватного сектору економіки;
- сформулювати «сезонну активність» установ ПЗФ (високий, низький

туристично-рекреаційний сезон);

- підвищити рівень співпраці місцевої громади та адміністрацій заповідних об'єктів та рівень соціальної довіри та відповідальності;

- сформувати прозорі еколого-економічні інструменти співпраці з місцевими бізнес-групами;

- підвищити рівень «відкритості» та прозорості еколого-економічних напрямів діяльності установ ПЗФ;

- розширити економіко-нормативні конструкції співпраці з приватними підприємцями (угоди ваучингу, франчайзингу, концесії тощо);

- персоналізувати фінансові та інвестиційні інструменти у заповідній царині (формування бюджетних та позабюджетних надходжень враховуючи реальні потреби кожного конкретного об'єкту ПЗФ);

- ліквідація кадрового дефіциту певних професій в галузі заповідної справи (наприклад, профільних науковців, фінансистів, екологічних правників);

- формування інституту кризових менеджерів у сфері заповідної справи, діяльність яких буде спрямована на персоналізацію еколого-економічних проблем установ ПЗФ;

- індивідуалізацію щорічних бюджетно-видаткових програм (виділення коштів тільки по КФКВ, які дійсно є дефіцитними по даному об'єкту ПЗФ);

- підвищення обсягів видатків на фінансово-економічне забезпечення персоналу установ охорони навколишнього природного середовища, що не віднесено до керівного складу;

- формування інвестиційних інструментів з урахуванням індексів інфляції державної валюти;

- розроблення економіко-мотиваційної системи для персоналу установ ПЗФ, що залучені до розроблення еколого-економічних механізмів діяльності заповідних об'єктів;

- розроблення заходів адміністративно-інформаційної підтримки установ ПЗФ (формування еколого-економічних механізмів надання послуг он-лайн або

дистанційного характеру);

- еколого-економічна координація потоків відвідувачів (рекреантів); наявність адміністративно-регуляторних інструментів для територій з невеликою кількістю точок доступу; розширення напрямів надання платних послуг установами ПЗФ відповідно до сучасних еколого-економічних потреб населення;

- поява процесів автоматизації об'єктів ПЗФ: індивідуалізація потреб відповідно до особливостей географічного розташування заповідної території, природоохоронних та еколого-економічних аспектів;

- плановість та поступовість переходу надання еколого-економічних послуг населенню на «платній» основі;

- формування психологічно-соціального підґрунтя для населення щодо можливостей здійснення еколого-економічної діяльності установами ПЗФ (нівелювання пострадянського погляду безкоштовності послуг, наданих державними установами);

- реформування людського капіталу заповідної царини, шляхом індивідуалізації економіко-трудова відносин з працівниками;

- формування мінімальних стандартів якості еколого-економічних послуг, які надаються установами ПЗФ;

- можливості відмежування (за необхідності) еколого-економічних послуг, охоплених державними гарантіями, та платних послуг, за рахунок яких, приватний партнер зможе компенсувати вкладені інвестиції;

- формування еколого-економічних зон навколо об'єктів ПЗФ, як інструментів популяризації відповідних напрямів діяльності установ ПЗФ серед місцевого населення та регіональних бізнес-угруповань;

- створення програми «регіональних стимулів» (за рахунок коштів місцевих бюджетів), які можуть стати додатковим джерелом компенсації витрат приватного партнера з боку територіяльних громад для стимулювання його до участі у проектах ДПП;

- створення системи умовного зонінгу в залежності від типу функцій, які передаються представнику приватного сектора економіки (інвестору) на умовах економіко-нормативних конструкцій.

Список використаних джерел:

1. Mouillot, D., Culioli, M., Pelletier J.-D., & A., Tomasini. Bonifacio Strait Natural Reserve. *Biological Conservation*. 2008. Vol. 141. № 6. PP. 1569-1580. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0006320708001304>. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2008.04.002> (дата звернення 20.12.2020р.)

2. Humphreys, W., & Kitchener, D. The Effect of Habitat Utilization on Species-Area Curves: Implications for Optimal Reserve Area. *Journal of Biogeography*. 1982. Vol.9(5). PP. 391-396. URL: www.jstor.org/stable/2844571. doi:10.2307/2844571 (дата звернення 03.12.2020р.)

3. Rolf Groeneveld. Economic considerations in the optimal size and number of reserve sites. *Ecological Economics*. 2005. № 52. PP. 219-228. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921800904003532>. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.06.023> (дата звернення 01.02.2021р.)

Державна служба статистики України. Офіційний веб-портал. URL: https://ukrstat.org/uk/metaopus/2014/0125001_2014.htm (дата звернення 02.02.2021р.)

УДК 657.1

Романашенко І.О., магістрантка I курсу
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
(м. Харків, Україна)

ПОРІВНЯННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ МСП В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ

Анотація: В статті досліджуються особливості облікової політики МСП за національними та міжнародними стандартами в Україні та Німеччині. Визначено, що вітчизняні малі підприємства не зобов'язані розкривати інформацію про свою облікову політику, внаслідок чого важко проконтролювати та об'єктивно оцінити методику складання їх фінансової звітності. Порівняння вимог щодо облікової політики для малих підприємств України та європейських країн, зокрема Німеччини, дозволить визначити ключові аспекти та особливості її формування, які можна запозичити для використання в Україні.

Ключові слова: облік, облікова політика, П(С)БО, МСФЗ, спрощена фінансова звітність, примітки до річної фінансової звітності, МСП

В Україні для малих та мікропідприємств (МСП), юридичних осіб, які ведуть спрощений облік доходів і витрат, неприбуткових організацій, представництв іноземних суб'єктів господарювання передбачено окремий стандарт НП(С)БО 25 «Спрощена фінансова звітність» [4]. Малі і мікропідприємства зобов'язані вести бухгалтерський облік та розробляти власну облікову політику відповідно до чинного законодавства України та вимог П(С)БО, крім тих, які використовують міжнародні стандарти (МСФЗ [3] або МСФЗ для МСП [2]). МСП в Україні за національним законодавством не складають Примітки до річної фінансової звітності, тобто елементи облікової політики не розкриваються у звітності. Саме тому актуальним залишається дослідження не тільки методики застосування МСФЗ для МСП, а й досвіду країн ЄС, зокрема Німеччини, у формуванні облікової політики малих підприємств та її розкриття у звітності.

Метою роботи є дослідження особливостей облікової політики МСП за національними та міжнародними стандартами в Україні та Німеччині.

Аналізуючи Методичні рекомендації щодо облікової політики [1], можна дійти висновку, що для МСП, звертаючи увагу на обмежувальні критерії щодо них, неактуальними є положення облікової політики про сегменти діяльності, відстрочені податкові активи і зобов'язання, випуск і відображення операцій з акціями та інструментами власного капіталу, виплати за рахунок прибутку, тому що ці операції, як правило, не здійснюються на цих підприємствах. Якщо МСП для ведення обліку і складання звітності обирає МСФЗ, в цьому випадку НП(С)БО 25, П(С)БО 6 та Методичні рекомендації щодо облікової політики не застосовується. Розділ 10 «Облікова політика, облікові оцінки та помилки» МСФЗ для МСП визначає конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практику, які мають бути застосовані підприємством при складанні та поданні фінансової звітності [2].

У Європейському Союзі приблизно 99% підприємств належать до малих та середніх згідно з визначенням Директиви 2013/34/ЄС, яка регламентує лише окремі положення облікової політики компаній та спрощений формат для малих підприємств. У Німеччині правила ведення обліку та складання фінансової звітності визначаються Комерційним кодексом Німеччини (HGB: *Handelsgesetzbuch* [5]). HGB є основою для ведення бухгалтерського обліку в Німеччині. У Комерційному кодексі Німеччини зосереджена значна частина німецького законодавства щодо обліку, звітності та спеціальних правил для страхових компаній, банків та кооперативів.

Малі підприємства Німеччини можуть застосовувати спрощені правила обліку, які передбачають спрощення в рахунках обліку та деякі звільнення від загальних вимог до звітності. В цій країні в обліковій політиці малих підприємств мають бути розкриті такі суттєві аспекти: відповідність звітності комерційному законодавству, принципи консолідації звітності, перерахунок іноземної валюти, нематеріальні активи, майно та надані в оренду основні засоби, частка в об'єднаннях та асоційованих компаніях, довгострокові та короткострокові цінні папери, надані кредити, запаси, дебіторська і кредиторська заборгованість, витрати на пенсійне забезпечення, виробнича собівартість. Як видно, перелік та обсяг інформації, що підлягає розкриттю в

обліковій політиці та фінансовій звітності малих підприємств Німеччини, є достатньо деталізованим.

Отже, у сучасних умовах ведення бізнесу і розвитку технологій для МСП важливо створити такі умови, за яких облікова політика стане інструментом розвитку, базовим регламентом в організації процесу ведення обліку, складання й подання звітності, і не тільки фінансової, а й податкової, статистичної, управлінської, соціальної, екологічної.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства : Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0635201-13/conv?lang=ru> (дата звернення 10.04.2021).

2. Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП). International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SMES), (2009), available at: <https://www.iasplus.com/en/standards> (дата звернення 10.04.2021).

3. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ). International Financial Reporting Standards (IFRS). URL: <https://www.iasplus.com/en/standards> (дата звернення 10.04.2021).

4. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність» : Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р. № 39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00> (дата звернення 10.04.2021).

5. Das Bundesamt für Justiz (1900), «Handelsgesetzbuch (HGB)», URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/BJNR002190897.html> (дата звернення 10.04.2021).

Науковий керівник: Маренич Т.Г., д.е.н., професор, завідувачка кафедри обліку та аудиту Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

УДК 001.4 : 811.116.1'373.45/.46

Сафонова К. Я., здобувач вищої освіти
за спеціальністю 051 – економіка,
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
(м. Сєверодонецьк, Україна)

ПОРІВНЯННЯ ФОНЕТИЧНОЇ ЯКОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ «CONSPICUOUS CONSUMPTION» І «INVIDIOUS CONSUMPTION» З ВИКОРИСТАННЯМ ПРОФІЛЮ НАЛЕЖНОЇ КОНОТАЦІЇ ТА ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОНОСЕМАНТИЧНОГО АНАЛІЗУ

Анотація: Показано місце завдань діагностики фонетичної якості терміну у сучасній термінознавчій проблематиці на прикладі встановлення та порівняння фонетичної якості двох споріднених термінів з використанням профілю належної конотації та фоносемантичного аналізу.

Ключові слова: conspicuous consumption, invidious consumption, профіль належної конотації, фонетична якість терміну, фоносемантичний аналіз.

У дослідженні, один з експериментів якого подано у докладі, показано місце завдань встановлення фонетичної якості терміну у сучасній термінознавчій проблематиці, конотативного аспекту у існуючих системах основних вимог до термінів. Оскільки фоносемантичне значення, або звукова оболонка, яка теж має додаткове семантичне навантаження, є певною можливістю, яка реалізується у мовній діяльності, та яка не завжди правильно та влучно відбиває належні конотативні оформлення референції, то альтернативні варіанти термінування отримують додатковий параметр оцінювання — фонетичну якість, яка може бути врахована у процесі термінування. У роботах [4, 5] запропоновано на базі визначення профілю належної конотації метод ПУНКТ та у цих і подальших роботах експериментально встановлено оцінки його конкретних прикладів на основі запропонованого методу визначення фонетичної якості з використанням належної конотації термінів та терміноелементів. Оскільки є достатньо верифіковані результати дослідження семантичного диференціалу та фоносемантичних шкал, то вірогідною була реалізована у методі ПУНКТ гіпотеза, що так само числом можна виразити профіль належної конотації, спираючись вже не на звучання, а на значення слова.

За В. В. Головіним та Р. Ю. Кобріним [2] важним для дослідження було також співвіднести фоносемантичний та термінологічний аспекти лексикології та виявити їх взаємозв'язок. Існують терміни, де цей зв'язок простежується краще, але десь він може бути навпаки оберненим. Завдяки дослідженню на основі методу ПУНКТ можна зробити висновок про те, що кожен термін може мати не тільки семантичний диференціал та фоносемантичний профіль, а й може мати також власний профіль належної конотації, який може встановлювати вимоги до вираження у семантичному диференціалі та фоносемантиці терміну різних звукових оболонок. Правильно вона буде реалізована лише тоді, коли для цього є необхідні передумови і установки.

Оцінювати профіль належної конотації наукового поняття можна користуючись звичайною для оцінювання семантичного диференціалу шкалою: 1-2-3-4-5, де 1 — превалює перша ознака шкали, 2 — скоріше перша ніж друга, 3 — нейтральна оцінка за цими ознаками, 4 — скоріше друга ніж перша, 5 — превалює друга ознака. Усі ці характеристики будуються за базовим методом семантичного диференціалу. В. Ф. Петренко [3] визначив, що метод семантичного диференціала є комбінацією методу контрольованих асоціацій і процедур шкалювання.

Зміст методу ПУНКТ [5] полягає у виконанні трьох етапів для встановлення оцінок фонетичної якості терміну: 1) визначення (встановлення) профілю належної конотації для конкретної референції у відповідності до її конкретних визначень (дефініцій); 2) визначення за фоносемантичними шкалами профілів альтернативних назв-термінів, які мають бути співвіднесені з представленою профілем належною конотації референцією; 3) порівняння фоносемантичних профілів назв та профілю належної конотації референції, що названа або має бути названою, зі встановленням відносного рівня фонетичної якості порівнюваних назв.

Першим етапом слід визначити профіль належної конотації для економічного терміну «conspicuous consumption» (наведено у табл. 1).

Таблиця 1

**Розрахунок відхилення від нейтрального значення
для термінів «conspicuous consumption» та «invidious consumption»**

Фоносемантичні шкали	Питома вага оцінки значущості	Оцінки значущості	Профіль належної конотації	Фоносеман-тика для глоси «conspicuous consumption»	Фоносеман-тика для глоси «invidious consumption»	Відхилення для ПНК	Відхилення для глоси «conspicuous consumption»	Відхилення для глоси: «invidious consumption»
Великий-Маленький	0,079365	5	1	2,99	2,51	-2	-0,01	-0,49
Сильний-Слабкий	0,079365	5	1	3,49	3,22	-2	0,49	0,22
Швидкий-Повільний	0,063492	4	2	2,68	2,33	-1	-0,32	-0,67
Активний-Пасивний	0,063492	4	1	2,67	2,46	-2	-0,33	-0,54
Рухомий-Повільний	0,063492	4	1	3,05	2,34	-2	0,05	-0,66
Простий-Складний	0,031746	2	4	3,15	2,82	1	0,15	-0,18
Довгий-Короткий	0,031746	2	3	3,02	2,71	0	0,02	-0,29
Хороший-Поганий	0,047619	3	3	3,78	3,09	0	0,78	0,09
Голосний-Тихий	0,047619	3	2	2,84	2,9	-1	-0,16	-0,1
Безпечний-Страшний	0,031746	2	3	2,71	3,21	0	-0,29	0,21
Гарний-Відштовхуючий	0,063492	4	2	2,98	2,56	-1	-0,02	-0,44
Яскравий-Тьмянний	0,031746	2	3	3,36	2,61	0	0,36	-0,39
Гладкий-Шорсткий	0,031746	2	2	2,69	2,44	-1	-0,31	-0,56
Легкий-Важкий	0,031746	2	4	2,94	2,56	1	-0,06	-0,44
Веселий-Сумний	0,047619	3	3	2,89	2,48	0	-0,11	-0,52
Добрий-Злий	0,031746	2	3	3,4	3,01	0	0,4	0,01
Хоробрий-Боягузливий	0,047619	3	3	3,54	2,72	0	0,54	-0,28
Світлий-Темний	0,015873	1	3	3,21	2,69	0	0,21	-0,31
Гарячий-Холодний	0,015873	1	2	3,28	2,54	-1	0,28	-0,46
Жіночний-Мужній	0,015873	1	2	3,85	3,11	-1	0,85	0,11
Ніжний-Грубий	0,015873	1	3	3,66	3,28	0	0,66	0,28
Могутній-Кволий	0,015873	1	4	3,34	3,06	1	0,34	0,06
Округлий-Гострий	0,047619	3	2	2,83	2,52	-1	-0,17	-0,48
Величний-Низькодухий	0,015873	1	3	3,5	3,41	0	0,5	0,41
Радісний-Сумний	0,031746	2	3	2,78	3,05	0	-0,22	0,05

На другому етапі аналітичних процедур методу ПУНКТ мають бути використані ті стандартні процедури, які сформувались у базовому методі семантичного диференціалу, але конкретизовані у еволюційно наступному методі фоносемантичних шкал. В наш час існує велика кількість сервісів, які

допомагають провести фоносемантичний аналіз. Для даного аналізу використовувався один з множини таких доступних сервісів, – наприклад, [6].

Для цього наводиться спектр фоносемантичних шкал зі значеннями проаналізованих звуків по кожній зі шкал [1].

Останнім етапом експериментальної перевірки порядку виконання методу ПУНКТ буде порівняльний аналіз профілю належної конотації та отриманих фоносемантичних показників. На основі даного порівняння зможемо зробити висновки про деякі властивості методу ПУНКТ, та й деякі висновки про сам об'єкт аналізу.

У дослідженні для виконання порівняння було використано коефіцієнт кореляції, — показник, який використовують для вимірювання щільності зв'язку між результативними і факторними ознаками у кореляційно-регресійній моделі за лінійної залежності. Показнику властиві загальні інтерпретації: за абсолютною величиною коефіцієнту кореляції коливається в межах від -1 до $+1$; чим ближчий цей показник до 0 , тим менший зв'язок, чим ближчий він до ± 1 — тим зв'язок тісніший; знак «плюс» коефіцієнта кореляції означає прямий зв'язок між ознаками x і y , а знак «мінус» — обернений.

Після проведених розрахунків для терміну «conspicuous consumption» та «invidious consumption» було отримано такі результати: $-0,0074$ та $0,582546$ відповідно. Значення $-0,0074$ відхилилося до значення -1 , що означає, що фоносемантика терміну «conspicuous consumption» неправильно відображає необхідне інтуїтивне сприйняття звукового рисунку. Щодо значення $0,582546$, то воно хоч і не наближене до ідеально $+1$, хоча б є додатним та більшим ніж $0,5$, тому позначення «invidious consumption» є більш влучним.

Отже, обидва розглянуті терміни належали до категорії оригінальних позначень англійської мови, але за результатами застосування методу ПУНКТ тільки одна з них має тісний взаємозв'язок між фоносемантичним та термінологічним аспектами. Існують мови і терміни, де цей зв'язок може бути прослідковано краще, а десь він може бути навпаки оберненим. Зрозуміло, що

ще багато питань залишається неясними, проте проведені експерименти дозволяють встановити суттєву різницю у фонетичній якості різних термінів, що має надати нові можливості термінологічної експертизи.

Список використаних джерел:

1. Воронин С. В. Основы фоносемантики: монографія. Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1982. 244 с.
2. Головин В В, Кобрин Р Ю. Лингвистические основы учения о терминах. М., 1987. 104 с.
3. Петренко В Ф. Метод семантичного диференціалу. / Гуманітарна енциклопедія: Концепти [Електронний ресурс] // Центр гуманітарних технологій, 2002-2019
4. Сафонова К. Я., Кривуля П. В. Обґрунтування пропозиції та завдання верифікації гіпотези профілю належної конотації термінів та терміноелементів. *Південноукраїнські наукові студії* : мат. Всеукр. наук.-практ. конф. Одеса: ПНПУ ім. К. Д. Ушинського, 2020. С. 47-49.
5. Сафонова К. Я., Кривуля П. В. Пропозиція методу «ПУНКТ» і верифікація експертизи фонетичної якості термінів з використанням профілю належної конотації на прикладах з економічної термінології. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2020. № 2 (258). С. 68-81.
6. Сервис фоносемантического анализа слов URL:<https://psi-technology.net/servisfonosemantika.php>

УДК 631.1

Н.В. Сергеева, к.э.н., доцент
кафедры организации производства,
Т.С. Кукушкина, соискатель
кафедры организации производства,
Г.С. Каратаев, студент 4 курса,
Российский государственный аграрный университет –
МСХА имени К.А. Тимирязева
(Москва, Россия)

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Аннотация: статья посвящена вопросам применения цифровых информационных технологий при принятии организационно-экономических решений в управлении производственными процессами аграрного сектора. Обоснована важность и актуальность создания цифровых платформ для исследования, анализа, учета и управления хозяйственными процессами.

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровые инструменты, цифровая трансформация, диспетчеризация, агрегация потоковых данных.

Инновационные цифровые технологии все глубже внедряются во все отрасли экономики и сферы деятельности, начали применяться и в сельскохозяйственного производства. В ближайшее время развитие отечественного производства станет невозможным без применения информационных технологий и цифровых площадок.

Диспетчеризация и агрегация потоков данных для информационной организации сквозных цепочек от производства сельхозпродукции до потребления с глубокой интеграцией в смежные отрасли цифровые инструменты станут генераторов роста производительности труда, сокращения производственных затрат и роста прибыли.

Для сохранения конкурентоспособности и повышения экономической эффективности производства необходимо использовать современные технологии и информационные платформы, позволяющие оперативно и обоснованно принимать организационно-экономические решения.

Многие сельскохозяйственные предприятия по-прежнему находятся в

сложных финансово-экономических условиях, имеют низкие показатели по эффективности использования сельскохозяйственной техники, земли и трудовых ресурсов [1, с. 44]. Поэтому данная отрасль нуждается в модернизации с применением новых технологий для конкурентоспособного и продуктивного существования в условиях рынка. В земледелии для исследовательских целей используют дроны, контрольные датчики, программное обеспечение для управления бизнес-процессами, интеллектуальную упаковку и многое другое, что приведёт к революционному скачку в эпоху цифровых технологий.

Оперативные обоснованные управленческие решения особенно актуальны для сельского хозяйства, поскольку быстро меняющиеся погодные условия, развивающиеся болезни растений и животных требуют немедленного реагирования со стороны руководства и специалистов. Цифровые технологии помогают в управлении урожаем, в борьбе с вредителями, контроле качества и комплексном управлении болезнями, а также в достижении максимальной экологически чистой производительности и сокращении издержек.

Совершенствование технологий и бизнес-процессов в данной отрасли экономики представляет двухфакторную модель развития. Горизонтальной осью является время, в котором условно выделяются три этапа-подхода к ведению аграрного бизнеса:

1) традиционный способ (зависимость от человеческого фактора, относительно низкая урожайность при относительно высокой себестоимости продукции);

2) цифровое сельское хозяйство (ракурс на эффективность каждой операции, digital-элементы, управление производственными процессами автоматизировано);

3) экосистемы участников рынка (сочетание цифровых платформ многих участников рынка, реализация как продукции, так и услуг) [2, с.42].

Вертикальная ось - многосложность технологического развития, она применима по большей части в селекции и семеноводстве.

Выделим несколько первостепенных примеров технологического развития. Гибридное разведение, селекция, агробиология, генетически модифицированные организмы уже широко известны, но существуют те, которые только начинают внедряться в АПК.

Метод генного редактирования CRISPR (Clustered Regularly Interspaced Short Palindromic Repeats)/Cas9 заключается в том, что организм самопроизвольно при помощи естественных механизмов иммунной системы удаляет у себя неправильный участок ДНК по наводке генетиков. Данная техника позволяет выполнять точнейшее исправление ДНК [3, с.126]. Такие технологии оправдают себя на этапе генетики, селекции и семеноводства, при выборе сорта и вида культуры для возделывания, а также при составлении технологических карт возделывания культур в части подбора минеральных и органических удобрений, средств химической обработки всходов.

Внедрение цифровых технологий в животноводстве помогут существенно сократить затраты на организацию производственных процессов, повысить производительность труда в сельском хозяйстве. Создание информационных баз, диспетчеризация и агрегация потоков данных для регулирования сквозных производственных процессов в скотоводстве позволят повысить скорость реагирования специалистов на процессы жизнедеятельности животных, став основанием для принятия оперативных решений [4, с. 287].

В животноводстве агростартапы созданы на анализе сенсоров и датчиков, так на молочных комплексах распространена практика использования системных интеграторов, закрывающих все направления цифровизации, работающие со всем набором данных, генерируемых фермой.

Не стоит забывать и о том, что орошение является эффективным способом увеличения урожайности, но умное орошение – вдвойне, так в Подмосковье компания «Белая дача Фарминг» регулирует нормы полива согласно составленной карте полива и текущей влажности конкретных участков пашни.

Цифровизация в агропромышленном комплексе позволительно представить

в виде трех ступеней для агрохолдингов и двух ступеней, не включая последнюю, для относительно небольших сельскохозяйственных производителей.

Первая ступень изображает агрофирму с результативными бизнес-процессами, а это - внедрение и абсолютное интегрирование внутренней системы учета, создание единого цифровой бэк-офиса, использование инфопанели, отражающей значения важнейших индикаторов бизнеса в режиме настоящего времени, а также накопление базы данных показателей деятельности производства.

Вторая ступень развития уже представляет цифровую технологическую компанию, использующую инновационные технологии (точное земледелие, искусственный интеллект, компьютерное зрение, машинное обучение и т.п.). Система организации поставки товара выстроены онлайн, продажи осуществляются как в офлайн-режиме, так и в онлайн-режиме [5, с.85].

Третья ступень предполагает экосистему агрохолдинга. На данной ступени цифровизации АПК уже выстроена целая инфраструктура инноваций. Участники рынка интегрированы в единую систему на основе digital-платформы агрохолдинга, а продажа цифровых решений и услуг является отдельным бизнесом.

Подводя итог, хочется ещё раз отметить, что для достижения роста рентабельности агробизнесу крайне необходимо полностью освоить цифровые технологии в принятии управленческих решений. Но для настоящего лидерства в отрасли через 7-10 лет следует стремиться зайти на более высокую ступень, а прямо сейчас перед многими российскими агрокомпаниями стоят задачи внедрения базовых аналитических платформ и объединяющих все направления деятельности информационных программ. Но при всём этом не все представители отрасли уверены в положительном экономическом эффекте от цифровизации. В этой связи крайне сложно найти свидетельства или убедительные расчеты экономического эффекта от тех или иных мер, связанных

с ней.

Уменьшение издержек с внедрением умного растениеводства и животноводства приведет к уменьшению стоимости продукции посредством сокращения эксплуатационных и материальных затрат на производство продукции [6, с. 76-79], увеличению ее количества и создаст условия для улучшения обеспечения населения продовольствием.

Список использованных источников:

1. Сергеева Н.В. Почему низка эффективность МТП на полях России. *Сельский механизатор*. 2008. №3. С. 44-45.
2. Дорн, Г. А. Кирилова, О. В. Основы цифровых технологий реализации продукции АПК: учебное пособие. Тюмень : ГАУ Северного Зауралья, 2019. 152 с.
3. Научные приоритеты в АПК: инновации, проблемы, перспективы развития : сборник научных трудов. – Тверь: Тверская ГСХА, [б. г.]. Часть 2. 2019. 329 с.
4. Сергеева Н.В. Применение цифровых технологий в животноводстве // В сборнике: Развитие цифровой экономики: теоретическая и практическая значимость для АПК. Материалы Международной научно-практической конференции. Под ред. И.В.Шариковой. 2019. С. 287-291.
5. Точное сельское хозяйство : учебник для вузов / Е. В. Труфляк, Н. Ю. Курченко, А. А. Тенеков [и др.] ; под редакцией Е. В. Труфляка. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2021. 512 с.

УДК 658.84

Томашевська А.Р., студентка кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Лакіза В.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національний університет «Львівська політехніка»
(м. Львів, Україна)

СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Анотація: розглянуто сутність поняття електронного бізнесу, причини його розвитку; розкрито важливість інформаційного забезпечення для ефективного ведення онлайн бізнесу; виділено головну мету інформаційного забезпечення, а також напрямки його впливу як на персонал підприємства, так і на всіх груп стейкхолдерів.

Ключові слова: електронний бізнес, офлайн бізнес, інформаційне забезпечення, електронне середовище, інформація.

Сьогодні електронний бізнес широко заповнив як внутрішній, так і зовнішній ринок. Приватні підприємства, державні установи, різного роду аукціони – всі диверсифікують свою діяльність в формат онлайн. Така тенденція спричинена позитивним впливом на прибутковість підприємств. Так, переходячи в онлайн, тобто відкриваючи Інтернет-крамницю або просто створюючи корпоративний сайт фірми, є велика ймовірність отримати швидко які впізнаваність та популярність, так і хороші прибутки. Проте однією із найважливіших умов успішного старту й подальшого розвитку є належне інформаційне забезпечення електронного бізнесу.

Електронний бізнес є поняттям ширшим, аніж електронна торгівля, оскільки вимагає наявності власного сайту в мережі Internet, віртуального магазину, системи управління компанією, використання електронної реклами, маркетингу, моделі «бізнес для бізнесу» або «бізнес для споживача» [1]. Тобто, можна вважати, що е-бізнес являє собою нову модель ведення бізнесу, котра успішно може конкурувати із традиційним офлайновим бізнесом. Проведення е-бізнесу передбачає використання нових форм взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, відмінних від тих, що були актуальними, мабуть, із

початку ведення бізнесу.

Ефективність управління як офлайн, так і онлайн підприємством значно підвищується за умови наявності якісного інформаційного забезпечення. В загальному розумінні під інформаційним забезпеченням мається на увазі наявність інформації, необхідної для управління економічними процесами, що міститься в базах даних інформаційних систем. [2, с. 260]. Загалом науковці і дослідники даної категорії виділяють різні підходи стосовно визначення сутності та змісту інформаційного забезпечення [3-4]: як інформаційного обслуговування управління; як заходів зі створення інформаційного середовища управління; як сукупності дій із надання необхідної для управлінської діяльності інформації в зазначене місце на основі певних процедур із заданою періодичністю.

Отже, можна зробити висновок, що інформаційне забезпечення по своїй сутності являється невід'ємною часткою ведення електронного бізнесу. Головною його метою є надання актуальної та вичерпної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень.

На рис. 1 наочно представлено цілі інформаційного забезпечення та взаємозв'язок між його складовими та стейкхолдерами.

Електронний бізнес потребує значної трансформації бізнес-процесів підприємства, його організаційної структури та, відповідно, підходів до управління підприємством.

Розвиток е-бізнесу відбувається за такими напрямками, як [6]: поступове перенесення частини бізнес-процесів діючих підприємств в електронне середовище; створення нових підприємств у сфері е-бізнесу із самого початку. Пропонуємо детальніше розглянути особливості інформаційного забезпечення для цих напрямів.

У ситуації, коли підприємство-виробник має на меті створити свій корпоративний сайт для привернення уваги більшої кількості споживачів та підвищення прибутків, воно може створити веб-сайт і організувати процес продажу продукції через Інтернет. Його покупцями можуть бути як відвідувачі

сайту, так і підприємства-посередники, що значно полегшує організування збутової діяльності підприємства, а, отже, сприяє збільшенню обсягів доходів та прибутків. Перенесення частини господарської діяльності в онлайн бізнес дозволяє підприємствам використовувати новітні програмні продукти, що забезпечують ефективне управління окремими бізнес-процесами та господарською діяльністю в цілому.



Рис. 1. Складові інформаційного забезпечення управління е-бізнесом [5]

Як приклад, використання інформаційно-комунікаційних технологій на виробничому підприємстві дозволяє ефективно планувати ресурси підприємства за допомогою ERP-системи – системи планування ресурсів підприємства із використанням програмного забезпечення нового покоління. Але найважливішим пунктом для ефективного виходу на онлайн середовище та перспективного розвитку на ньому є власне налагоджене інформаційне забезпечення. В даному випадку мається на увазі інформація про конкурентів та потенційних споживачів, інформація про останні новини та актуальні пропозиції, інформація про відгуки споживачів. Володіючи даними вхідними даними, компанія зможе проаналізувати свою діяльність та, за потреби, прийняти раціональні управлінські рішення.

Потенційні споживачі задля вибору тієї чи іншої продукції/послуги також

потребують якісного інформаційного супроводу. Тут мається на увазі те, як і чим буде наповнено веб-сайт підприємства, оскільки актуальна інформація та ціни, привабливий інтерфейс, можливість зворотного зв'язку впливають на вибір покупця. Тому, створюючи електронний бізнес, варто подбати й про цей напрям інформаційного забезпечення.

Отже, з викладеного матеріалу можна зробити наступні висновки:

1) на момент сьогодні електронний бізнес набуває істотного розвитку, оскільки майже кожна компанія поряд з офлайн представництвами переходить також і в онлайнний формат роботи;

2) без належного інформаційного забезпечення електронний бізнес не буде довго існувати;

3) при плануванні корпоративного веб-сайту чи Інтернет-крамниці якісне інформаційне забезпечення повинно бути одним із пріоритетних завдань підприємства. Воно має задовольняти як потреби керівництва й працівників підприємства, так і його потенційних стейкхолдерів.

Список використаних джерел:

1. Електронний бізнес URL:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81

2. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / ред. Р. Дяківа. Київ: Міжнародна економічна фундація, 2000. 704с. URL:
http://aleph.lsl.lviv.ua:8991/records_catalogue/LSL01/38/79/00/00/LSL01.000013879.html

3. Сухарева Л.А., Петренко С.Н. Контроллинг – основа управления бизнесом. Київ: Эльга, Ника-Центр, 2002. 208 с. URL:
<https://library.dstu.education/vistavki/kontroling.pdf>

4. Годин В.В., Корнеев И.К. Информационное обеспечение управленческой деятельности: Учебник. Москва: Мастерство; Высшая школа, 2001. 240с. URL:

<https://altairbook.com/books/126456-informacionnoe-obespechenie-upravlencheskoy-deyatelnosti.html>

5. Денисенко М.П., Голубєва Т.С., Колос І.В. Інформаційне забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства.

URL:<http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/2713/1/08.pdf>

6. Кулик В. А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу: монографія. Полтава: ПУЕТ, 2017. 344 с. URL:

<http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/5944>

УДК 338.436:631

А.О. Щоголь, здобувач першого магістерського рівня
Херсонський державний аграрно-економічний університет
(м. Херсон, Україна)

ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРОХОЛДИНГОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Анотація: Складні економічні умови впливають і на результати діяльності таких потужних формувань, як аграрні холдинги. Однак, не зважаючи на труднощі, більшість аграрних компаній поступово нарощують земельний банк, збільшують потужності та придбають активи.

Ключові слова: холдингові компанії, ринкові відносини, стратегія українських агрохолдингів.

Згідно ст.1 № 34 Закону України «Про холдингові компанії в Україні» (далі – Закон про холдинги) визначає холдингову компанію як господарське товариство, холдинговим корпоративним пакетом акцій (часток, паїв) якого володіє, користується та розпоряджається холдингова компанія [1].

У зв'язку з поетапним розвитком ринкових відносин в Україні розвиваються і різні види підприємницької діяльності. Тому щоб успішно працювати в умовах ринкової конкуренції та реалізовувати значні фінансово-промислові проекти підприємствам уже недостатньо існування в окремих формах розрізнених господарських товариств, і у зв'язку з цим вони намагаються здійснювати об'єднання за відповідними принципами. Саме одним із цих критеріїв є створення холдингових компаній, які наділені певними перевагами.

Перевага холдингових структур пов'язана із централізацією фінансово-економічного управління ланцюгами технологічно залежних підприємств, у тому числі зі зниженням ризиків інвестицій і взаємних поставок, економією трансакційних витрат, ростом можливостей фінансового і податкового маневрування та ін.

Холдинги характеризуються високим рівнем організації акціонерного капіталу. Через них налагоджується функціональна взаємодія капіталів, що належать різним за профілем діяльності підприємствам, включаючи пряме їх злиття і втрату самостійності. У складі холдингу вирішуються

народногосподарські проблеми, які не під силу окремому підприємству: розробка і створення складних технічних процесів, освоєння високих технологій, отримання значних кредитів під певні програми, створення нових виробничих потужностей та ін. [2, с.31-37].

Протягом останніх 2-3 років в стратегії діяльності українських агрохолдингів спостерігалось кілька основних тенденцій - збільшення земельного банку, вихід на міжнародний ринок капіталу, злиття і поглинання, а також прагнення аграрних компаній середньої ланки перерости в структуру агрохолдингу за рахунок накопичення землі та залучення міжнародних інвестицій. Завдяки агроіндустріальній вертикальній інтеграції, агрохолдинги, як правило, є ефективними бізнес-проектами з доступом до капіталу, ринків та інновацій.

Таблиця 1

**Рейтинг ТОП 5 агрохолдингів України по кількості земельного банку,
04.03.2021р.**

№	Агрохолдинг	Про компанію	Діяльність	Земельний банк, тис.га
1	Kernel	Агрокомпанія-лідер, що експортує зернові культури Чорноморського регіону. Компанія має вертикальну інтеграцію. Утримує міцні позиції в світових рейтингах. Її акції котируються на ФБ Варшави. Вона була визнана кращою в європейських країнах (2011 рік), а також кращою серед іноземних компаній (2015 рік) і увійшла в десятку агрохолдингів світу.	Виробництво та експортер соняшникової олії, ключовий постачальник сільськогосподарської продукції на світові ринки.	530
2	UkrLandFarming	За даними Держкомітету статистики України, Групі присвоювалося 3% всього виробництва зернових по Україні (2010 рік). Ukrlandfarming належать 4 елеваторів і 110 горизонтальних зернохранилищ, потужність яких становить 3 000 000 т.	Зберігання зернових культур, а також торгівлю, дистрибуцію техніки с/г призначення, добрив, насіння.	470
3	Агропросперіс (NCH)	«Агропросперіс» відкриває національному виробнику зерна доступ на світові ринки. Надають повний комплекс товарів і послуг з вирощування зерна експортної якості,	Трейдери, агрохолдинги, зберігання і перевалка	430

		фінансування та експертного супроводу його виробництва, зберігання та продажу врожаю на світові ринки.		
4	ПАО «Миронівських хлібопродукт»	Підприємство планує зайняти лідируючу позицію в Європі, подолавши кордон п'яти мільйонів капіталізації. Акції «Миронівського хлібопродукту» котируються на ФБ Лондона. Має вертикальну інтеграцію. Кожен сегмент комплексу є замкнутим виробничим циклом. Крім розведення птиці, МХП займається вирощуванням с/г культур, і це один з найважливіших сегментів діяльності компанії	Основна спеціалізація – переробка м'яса, рослинництво, птахівництво.	370
5	Національна академія аграрних наук України	Академія є державною самоврядною науковою організацією, яка виконує завдання з наукового забезпечення розвитку галузей АПК України.	Агрохолдинги, юридичний, зберігання і перевалка	362,6

Згідно рейтингу за земельним банком лідирують «Kernel» та «UkrLandFarming» (рис.1), але згідно рейтингу з виручки агрохолдинг «Kernel» складає 2329,5 млн. дол., на другому місці агрохолдинг «Нібулон» з виручкою у 1946,4 млн.дол., та на третьому місці Миронівський хлібопродукт «МХП» - 1183,3 млн.дол. [3].

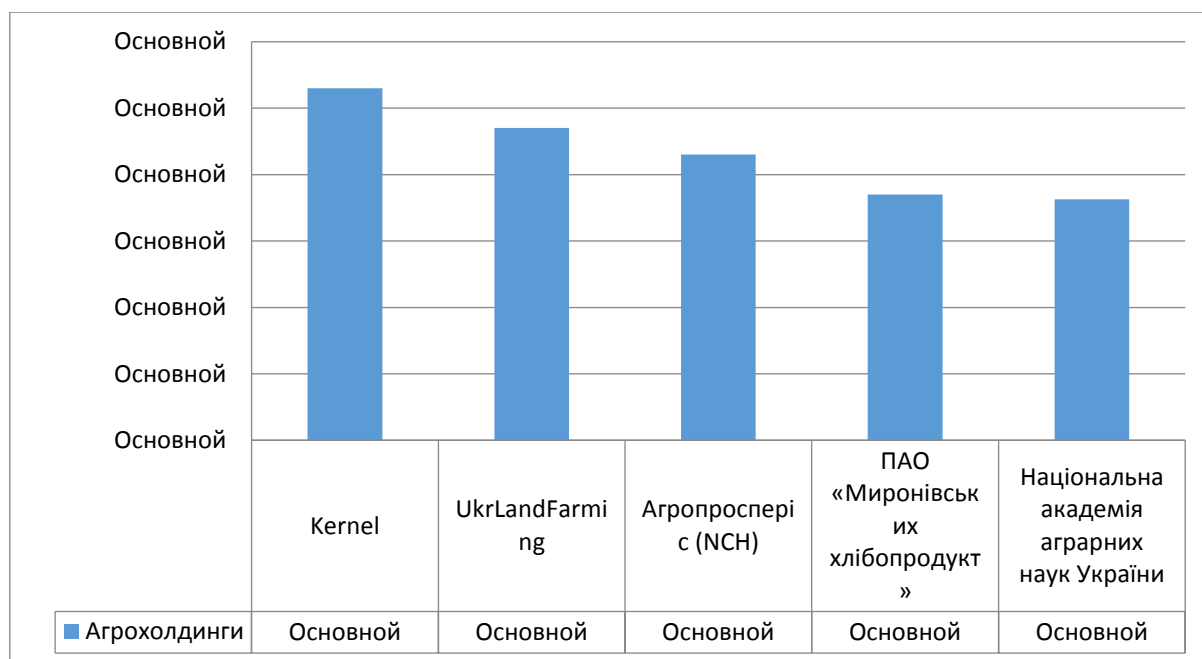


Рис 1. Земельний банк лідерів рейтингу агрохолдингів України, тис.га.

Складні економічні і політичні умови в країні відбиваються і на таких великих гравців ринку, як агрохолдинги. Але, незважаючи на всі труднощі, більшість компаній не тільки не втрачають своїх позицій, а й неухильно продовжують рух за наміченим планом, значно нарощуючи земельний банк, розширюючи потужності зі зберігання зерна і набуваючи інші активи.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про холдингові компанії в Україні» редакція 01.01.2016 рік/ Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3528-15#Text> (дата звернення 09.03.2021).
2. Оніщук М. С. Роль холдингових структур в економіці України. Бізнес-Інформ.2014. №3. С. 31-37.
3. Tripoli. Агрохолдинги України. URL: <https://tripoli.land/agrokholdingi-ukrainy> (дата звернення 09.03.2021).

*Науковий керівник: О.Г. Морозова, к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів
Херсонський державний аграрно-економічний університет*

УДК 657

Христофорова К.В., студентка ННІ економіки і управління,
кафедра обліку і оподаткування,
Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація: У статті розглянуто сутність поняття «підприємництво», подано основні напрямки інформаційного забезпечення, приділено увагу вимогам стосовно інформаційного забезпечення підприємницької діяльності.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, інформація, підприємницька діяльність, ресурс, управлінські рішення.

Підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. [1]

Підприємницька діяльність вимагає прийняття рішень на всіх етапах ведення бізнесу. Одним з важливих складових факторів для прийняття рішень є інформація.

Інформацію використовують як ресурс, який здатний знизити ризики і збільшити ефективність роботи підприємства.

Сутність інформаційного забезпечення полягає в тому, щоб на основі наявних даних отримати оброблену інформацію, яка буде використовуватися для прийняття управлінських рішень.

Об'єктом інформаційного забезпечення є стабільний економічний стан суб'єкта підприємницької діяльності, а також інформаційні, фінансові, матеріально-технічні та інші ресурси.

Суб'єкти ж поділяють на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх суб'єктів належать органи законодавчої, виконавчої та судової влади, до внутрішніх – особи, які здійснюють діяльність із захисту інформації на конкретному підприємстві.

Вплив якості інформації на об'єкт інформаційного забезпечення проявляється в підвищенні ефективності управління, конкурентоспроможності підприємства, прискореної реакції на зміни ринку; на суб'єкт – успішне виконання функцій, ефективне досягнення цілей підприємства, підвищення відповідальності.

Серед основних напрямків з інформаційного забезпечення підприємництва можна виділити:

- проведення перевірок у структурних підрозділах підприємства і надання практичної допомоги з питань інформаційного забезпечення їх діяльності;
- організацію та здійснення захисту конфіденційної інформації;
- розробку і впровадження локальних актів, наприклад положення про комерційну таємницю;
- автоматизацію інформації з питань безпеки;
- поступовий перехід підрозділів на безпаперовий (електронний) документообіг;
- перевірку правил ведення закритого діловодства;
- перевірку працівників на предмет дотримання ними правил забезпечення інформаційної, економічної безпеки [2, с. 430].

До інформаційного забезпечення підприємницької діяльності належать такі вимоги, як:

1. Законність суб'єктів.
2. Взаємодія підрозділів підприємства для захисту інформації.
3. Безперервність інформаційної безпеки.
4. Оперативність інформування.
5. Координація та підконтрольність системи забезпечення інформаційної безпеки керівництву суб'єкта підприємницької діяльності.

Для інформаційного забезпечення підприємства використовують стратегію і тактику.

Стратегія допомагає виявити підхід до досягнення мети, а тактика в свою

чергу протидіє виникаючим загрозам, використовуючи при цьому певні процедури та дії (додаткові заходи щодо збереження комерційної таємниці та інше).

Отже, інформаційне забезпечення підприємницької діяльності – сукупність практичних рішень, пов'язаних з організацією відображення інформації в різних її формах з метою забезпечення прийняття рішення працівниками організації. Саме інформаційне забезпечення підприємства надає можливість надходження достовірної і всеосяжної інформації на всіх рівнях управління, яка є основою процесу розробки і прийняття управлінських рішень. Інформаційне забезпечення відіграє значну роль у поліпшенні ефективності роботи управління, конкурентоспроможності підприємства та досягнення цілей.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про підприємництво» від 7 лютого 1991 р. № 698-ХІІ.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
2. Правове забезпечення економіки: підручник для академічного бакалаврату. І.М. Расолов, А.М. Количев. М.: видавництво Юрайт. 2015. 532с.

*Науковий керівник: Манухіна М.Ю., к.е.н., доцент,
доцентка кафедри обліку і оподаткування
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*

УДК 658

О. Килин, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та фінансів
Н. Свелеба, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та фінансів
О. Вітер, к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Львівський інститут економіки і туризму
(м. Львів, Україна)

СУТЬ ТА ПРОБЛЕМАТИКА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: досліджено сутність поняття виробнича діяльність, виявлено основні резерви підвищення її ефективності. Розглянуті основні економічні показники ефективності виробництва та фактори, що впливають на рівень та структуру виробництва.

Ключові слова: ефективність виробництва, результативність господарювання, стратегія виробництва, доходи, витрати, прибуток, продуктивність праці.

Розвиток ринкової економіки в Україні вимагає впровадження керованого організаційно-економічного механізму, що дасть можливість забезпечити прибуткове функціонування підприємств. Однією із основних завдань функціонування підприємства є забезпечення ефективності його діяльності.

Ефективність виробничої діяльності – найважливіша якісна характеристика господарювання на всіх рівнях. Під економічною ефективністю виробництва розуміється ступінь використання виробничого потенціалу, що виявляється співвідношенням результатів і витрат суспільного виробництва. Чим вище результат при тих же витратах, чим швидше він зростає в розрахунку на одиницю витрат суспільно необхідної праці, або чим менше витрат на одиницю корисного ефекту, тим вищою є ефективність виробництва.

Правильно обрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідні прибутки. Тому виробнича діяльність підприємства визначається загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення.

У закордонній практиці як синонім терміну «результативність господарювання» зазвичай застосовується термін «продуктивність системи виробництва та обслуговування», коли під продуктивністю розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) для виробництва різноманітних товарів і послуг [2, с. 153].

Загальна продуктивність системи є поняттям набагато ширшим, ніж продуктивність праці та прибутковість виробництва. Головною ознакою ефективності (продуктивності) може бути необхідність досягнення мети виробничо-господарської діяльності підприємства з найменшими витратами суспільної праці або часу [5, с. 195].

Проблематика підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства полягає в забезпеченні максимального результату на кожному одиницю витрачених трудових, фінансових, матеріальних та інших ресурсів. Тому основним критерієм ефективності виробництва є зростання продуктивності суспільної праці. Кількісне відображення цього критерію показують через систему економічних показників ефективності виробництва.

1. Загальні показники: зростання обсягу виробництва продукції у вартісному виразі; виробництво продукції на 1 грн. витрат; відносна економія основних виробничих фондів; нормативних коштів, матеріальних витрат, фонду оплати праці; собівартість; рентабельність; прибуток.

2. Часткові показники :показники ефективності праці; показники підвищення ефективності використання основних фондів, обігових коштів і капітальних вкладень; показники підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів[1, с. 68-69].

Всі вони використовуються для визначення економічної ефективності від передбачених стратегією заходів, по удосконаленню конструкцій виробів, технології та організації виробництва. Підвищення ефективності і якості роботи підприємства в умовах ринкової економіки дозволяє збільшити прибуток, отже, підвищити ринкову вартість підприємства, яка комплексно відображає не тільки

наявність у підприємства ресурсів, а і здатність менеджменту ефективно їх використовувати в нестабільній ринковій ситуації.

До основних чинників, які позитивно впливають на виробничу діяльність, відносять:

а) раціональне управління матеріалами. Проблема економії й зменшення споживання сировини, матеріалів, енергії повинна бути під постійним контролем відповідних фахівців підприємств із матеріалоємним і енергоємним виробництвом.

б) технологія. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації й інформаційних технологій дуже впливають на рівень і динаміку ефективності виробництва. За принципом ланцюгової реакції вони викликають істотні зміни в технічному рівні й продуктивності технологічного устаткування, методах і формах організації трудових процесів, підготовці й кваліфікації кадрів.

в) використання устаткування. Цьому фактору належить одне з провідних місць у програмі підвищення ефективності виробництва. Підвищенню продуктивності діючого устаткування сприяє належна організація ремонтно-технічного обслуговування, оптимальні терміни експлуатації, забезпечення необхідної пропорційності в пропускній можливості технологічно зв'язаних груп (одиниць), чітке планування завантаження в часі, підвищення змінності роботи.

г) продуктивність праці. Основним джерелом і визначальним фактором підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства є працівники: керівники, підприємці, фахівці, робітники. Продуктивність їхньої праці багато в чому визначається методами, технікою, особистою майстерністю, знаннями, відношенням до роботи й здатністю виконувати певну роботу.

д) відповідність виробу. Для досягнення високої продуктивності підприємства просто корисності товару недостатньо. Пропоновані підприємством для продажу вироби повинні з'явитися на ринку в потрібному місці, у потрібний час і за розсудливою ціною. У зв'язку з цим підприємство повинне стежити за тим, щоб не виникало яких-небудь організаційних і

економічних бар'єрів між виробництвом і окремими стадіями маркетингу [4, с. 26].

Всі визначені напрями підвищення ефективності підприємницької діяльності фірми умовно можна поділити на чотири групи. Вони значною мірою залежать від галузевих особливостей та організаційно-технічного рівня підприємства.

Перша група – це більш раціональне використання основних виробничих засобів підприємства, збільшення випуску продукції одиниці основних засобів, підвищення фондівіддачі та кращого використання машин та обладнання. Зростання фондівіддачі відносно знижує необхідність у капітальних вкладеннях на розширення виробництва. На рівень фондівіддачі впливають такі фактори, як змінність роботи обладнання, ступінь його використання, тривалість простоїв і перебування у ремонті, модернізація та заміна застарілого обладнання, впровадження прогресивних технологій.

Друга група факторів – ефективне використання ресурсів, зниження матеріаломісткості продукції, зменшення витрат матеріалів, палива, енергії на одиницю продукції. Визначення заходів, що найбільш ефективно впливатимуть на раціональне використання витрат, підвищення виробництва та якості продукції, знову ж таки, повинно обов'язково враховувати організаційно-технічний рівень і галузеві особливості підприємства.

Третя група – проведення підприємством ефективної комерційно-фінансової діяльності.

До четвертої групи напрямів підвищення ефективності підприємницької діяльності відносяться зростання продуктивності праці, економія робочого часу. Рівень продуктивності праці є одним із найважливіших показників економічної ефективності виробництва [3].

Таким чином можна зробити висновок, що оптимізаційний розвиток підприємств у ринкових умовах визначається принципом ефективності виробництва. Принцип ефективності або економічний принцип – мінімум витрат

максимум результату наводять в різноманітній формі і вимірюються за допомогою показників продуктивності, доходності та рентабельності. Розглянуто чинники, які позитивно впливають на виробничу діяльність та визначені напрями підвищення ефективності підприємницької діяльності фірми.

Список використаних джерел:

1. Захаркіна Л. С. Формування стратегії інноваційного розвитку машинобудівного підприємства. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць*. 2011. №1 (13). С. 66 – 78.
2. Кушваха Р.А. Ефективність – одна з найважливіших категорій в економіці та її значення в процесі господарювання. *Науковий вісник – Львів: Український державний лісотехнічний університет*. 2005. С.152 - 158.
3. Мадзігон В. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності підприємства. file: // C: / Users / USER / AppData / Local / Temp / Mir_2011_3_6.pdf /.
4. Маркіна І. А. Методичні питання ефективності управління. *Фінанси України*. 2000. – № 6. С. 24–32.
5. Петровича І. М. Економіка виробничого підприємства: [Навчальний посібник]. Київ: Знання, 2001. 405 с.

УДК 657.6

Катерина Пилипенко, д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Дмитро Пужайло, здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
спеціальності 071 Облік і оподаткування
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СТВОРЕННЯ ТА ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ФЕРМЕРСЬКИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Анотація: Досліджено нормативне регулювання обліку у фермерському господарстві, котре виконується певними нормативно-правовими актами. Також вказано якими нормативно-правовими актами керується фермерське господарство при його створенні та оподаткуванні.

Ключові слова: нормативне регулювання, кодекс, облік., НП(С)БО, методичні рекомендації, закон, податок, податкові різниці

Фермерське господарство – це одна із перспективних організаційно-правових форм ведення сільського господарства, котра сприяє самостійності та зацікавленості виробника у кінцевих результатах праці.

Фермерське господарство може являтися юридичною особою або фізичною особою підприємцем. Створене воно може бути одним чи кількома громадянами України, що є родичами чи членами сім'ї згідно до статті 1 Закону України «Про фермерське господарство» [1].

Фермерське господарство, як юридична особа, діє на основі Статуту. В даному документі вказується: найменування господарства, місцезнаходження, предмет та мета діяльності, порядок формування майна, органи управління, порядок прийняття рішень органами управління та порядок вступу до господарства.

Фермерське господарство, котре зареєстроване як юридична особа, має статус сімейного фермерського господарства при умові, що в його підприємницькій діяльності використовують лише працю членів однієї сім'ї згідно статті 3 Сімейного кодексу України.

Нормативне регулювання створення та ведення обліку фермерським господарством сформовано та наведено в табл 1.

Таблиця 1

Нормативно – правове регулювання створення та ведення обліку фермерським господарством

Регулювання створення ФГ	Регулювання ведення обліку
Конституція України	
Господарський Кодекс України	Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»
Сімейний Кодекс України	Методичні рекомендації №189
Закон України «Про фермерське господарство»	Методичні рекомендації №422
Податковий Кодекс України	
	П(С)БО 25
Земельний Кодекс України	П(С)БО 8
Закон України «Про особисте селянське господарство»	П(С)БО 30
Закон України «Про державну реєстрацію юридичної особи, фізичної особи-підприємців та громадських формувань»	П(С)БО 7, та інші

Отже, для створення ФГ нам потрібно вирішити декілька ключових завдань: 1) визначитися з формою ФГ (як зазначено на рис. 1); 2) знайти і зібрати членів ФГ; 3) призначити голову ФГ; 4) знайти землю для здійснення ФГ своєї діяльності; 5) пройти державну реєстрацію [7].

Типи фермерських господарств представлені на рис. 1.

ТИПИ фермерських господарств		
без статусу юридичної особи як <u>фізична особа</u> - <u>підприємець</u> (організовується на основі діяльності фізичної особи - підприємця і має статус сімейного фермерського господарства, за умови використання праці членів такого господарства, якими є виключно фізична особа - підприємець та члени її сім'ї);	зі статусом юридичної особи:	
	сімейне фермерське господарство, в діяльності якого використовується праця членів такого господарства, якими є виключно члени однієї сім'ї;	сімейне фермерське господарством із залученням інших громадян виключно для виконання <u>сезонних</u> та окремих робіт, які безпосередньо пов'язані з діяльністю господарства і потребують спеціальних знань чи навичок.
Примітка		
Створюється на базі ФОП. Членами такого ФГ є тільки ФОП і члени його сім'ї в розумінні ст. 3 СКУ. Діяльність цих суб'єктів регулюється спеціальним договором між ФОП і членами	Членами такого ФГ виступають виключно члени однієї сім'ї в	Юридична особа, що діє на підставі статуту. Членами ФГ є члени сім'ї і родичі в розумінні ст. 3

<p>його сім'ї. Договір можна вважати аналогом статуту. Цей документ обов'язково посвідчується нотаріально (ч. 2 ст. 8 Закону про ФГ) і повинен у собі містити (ч. 5 ст. 8 Закону про ФГ):</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) найменування господарства; (2) його місцезнаходження (адресу); (3) мету і види діяльності господарства; (4) порядок прийняття рішень і координації спільної діяльності членів господарства; (5) правовий режим спільного майна членів господарства; (6) порядок покриття витрат господарства; (7) порядок розподілу результатів (прибутку або збитків) діяльності господарства між його членами; (8) порядок входу в ФГ і виходу з нього; (9) трудові відносини членів господарства; (10) інші положення, що не суперечать чинному законодавству. <p>Договір підписується ФОП, з одного боку, і членами сім'ї фермерами з іншого</p>	<p>розумінні ст. 3 СКУ. Ця юридична особа також діє на підставі статуту.</p>	<p>Закону про ФГ. У статуті обов'язково зазначаються (ч. 4 ст. 1 Закону про ФГ):</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) найменування товариства; (2) його місцезнаходження (адреса); (3) предмет і мета діяльності; (4) порядок формування майна (складеного капіталу); (5) органи управління; (6) порядок прийняття рішень органами управління; (7) порядок входу і виходу з господарства. <p>Також у статуті можуть прописуватися інші положення, що не суперечать законодавству України</p>
---	--	---

Рис. 1. Типи фермерського господарства [7]

Основні правові аспекти створення фермерського господарства наведені на рис. 2 [7].

Склад господарства	Голова господарства: засновник (дієздатний громадян України, який досяг 18-річного віку) або інша особа, визначена в статуті	Члени господарства: подружжя, їх батьки, діти, які досягли 14-річного віку, інші члени сім'ї, родичі		
Мета створення	отримання прибутку в результаті виготовлення, переробки та реалізації товарної сільськогосподарської продукції			
Права членів господарства	облаштувати постійне місце проживання в частині наданій для ведення господарства	створювати відокремлену фермерську садибу, якій надається поштова адреса		
Оформлення господарства	державний акт на право власності на земельну ділянку або договір оренди земельної ділянки	статут	державна реєстрація	найменування, печатка, штамп, рахунки в банку

Рис. 2. Правові аспекти створення фермерського господарства

Для фермерського господарства юридичної особи створено два спеціальні режими оподаткування: четверта група єдиного податку; спеціальний режим ПДВ.

Згідно Податкового кодексу передбачений податковий режим для сільськогосподарських виробників – спрощена система оподаткування платників податку четвертої групи.

Також фермерське господарство як юридична особа сплачує податок на прибуток, ставка якого складає 18% згідно п. 136.1 ст. 136 ПКУ, земельний податок, податок на нерухоме майно, збір за спецводокористування тощо. Сума податку на прибуток відповідно залежить від фінансового результату підприємницької діяльності. Суму податку на прибуток платник рахує самостійно, вираховуючи 18% від фінансового результату, зменшуючи його на податкові різниці, у випадку, якщо вони застосовуються.

Водночас нормативне регулювання фермерського господарства здійснюється згідно таких нормативно – правових актів: Земельний кодекс України, Сімейний кодекс України, Закон України «Про фермерське господарство», Закон України «Про порядок виділення в натурі (на місцевості) земельних ділянок власникам земельних часток (паїв)».

Список використаних джерел:

1. Про фермерські господарства: Закон України від 19.06.2003 р. №973. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15#Text>. (дата звернення 07.04.2021 р.)
2. Земельний кодекс України від 25.10.2001 №2768-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text>. (дата звернення 07.04.2021 р.)
3. Конституція України від 28.06.1996 р. IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення 07.04.2021 р.)
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>. (дата звернення 07.04.2021 р.)

5. Про порядок виділення в натурі (на місцевості) земельних ділянок власникам земельних часток (паїв): Закон України від 05.06. 2003 р. № 899-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/899-15#Text>. (дата звернення 07.04.2021 р.)

6. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/conv/page#Text>. (дата звернення 07.04.2021 р.)

7. Пилипенко К., Ліпський Р. Облік у фермерських господарства: навч. посіб. [для студ. вищих навч. закл.]. Київ. 2021. С. 16-17.

Подольна Р.М., здобувач вищої освіти
Подра О., викладач
кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
(м. Дніпро, Україна)

АНАЛІЗ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Анотація: Досліджено проблеми на ринку готельних послуг і перспективи їх вирішення. Адже індустрія гостинності в Україні, є однією з найбільш динамічно розвинутих галузей економіки. В багатьох регіонах відкриваються нові готелі, будинки відпочинку, санаторії та пансіонати, на якісно новий рівень виходить сервіс, розвивається інфраструктура. Тому таке дослідження є досить актуальним на сьогоднішній день.

Ключові слова: готель, готельні послуги, ринок, сервіс, комфорт, туризм.

Сфера готельних послуг залишається однією з найбільш динамічних секторів економіки України. Ненасичені ринки готельних послуг різного рівня є чудовою нагодою для готельних операторів впевнено увійти на український ринок і проводити політику розширення свого впливу в галузі.

До проблемних рис функціонування готельних послуг в Україні належать:

1) тенденція до наповнення ринку іноземними компаніями;

На сучасному етапі економічного розвитку в Україні є два іноземні готельні оператори - Premier Hotels and Resorts та Reikartz Hotels & Resorts. Перша мережа готелів Premier Hotels and Resorts налічує сімнадцять 3-5-зіркових готелів, що відрізняються самі по собі, але однаково гостинних та затишних.

Готелі Reikartz Hotels & Resorts розташовані у великих містах та привабливих курортах України. Кожен готель мережі відрізняється високим рівнем комфорту та сервісу, суворим дотриманням європейських стандартів обслуговування, а також теплим та уважним ставленням до гостей.

2) компаніям доводиться співпрацювати та розробляти спільну бізнес-стратегію;

3) існування сектору готелів трьох зірок і нижче з надзвичайно низьким рівнем обслуговування та невеликим набором послуг;

4) значного покращення рівня активності не спостерігається в секторі готельних послуг в Україні;

5) проблема ефективного управління залишається важливою для національних готелів. Цей недолік стосується засновників / власників готелів;

6) питання, пов'язані з взаємодією з урядом, як і раніше залишаються проблематичними для національних готельних мереж. Найбільш помітними питаннями є:

- процес реєстрації проектів готелів;
- відведення земельної ділянки під будівництво;
- проходження обов'язкових процедур у підрозділах пожежної охорони та охорони здоров'я;

- отримання необхідних дозволів та сертифікатів;

7) питання стандартизації також є проблематичним через невідповідність української та європейської систем стандартизації готельних послуг.

Що стосується перспективних напрямків та ринкових тенденцій готельних послуг в Україні, поступова еволюція є більш логічним варіантом розвитку та розширення впливу для існуючих компаній.

Приклад тенденції до національної консолідації компаній на ринку готельних послуг може бути представлений входом на готельний ринок 5-зіркового Донбаського палацу у місті Донецьк.

Вперше в історії українського готелю бізнес-готель "Донбас Палас" був включений до асоціації Leading-Hotels of the World. Кожен із 124 номерів готелю Донбаський палац був ретельно розроблений, щоб максимізувати простір в кімнатах. Персонал хоче, щоб гості почувались комфортно і насолоджуватися комфортом. Вишукані матеріали, вміло виготовлені меблі та світильники були обрані для створення абсолютного комфорту для кожної кімнати [1].

Слід зазначити, що сектор готелів "люкс" встановлює і визначає високу динаміку розвитку галузі. Попит на розкішні готелі зріс завдяки процесам перерозподілу капіталу та значного збільшення кількості іноземних туристів.

Створення єдиної мережі готелів з універсальним сервісом та високим рівнем послуг через покупку та оновлення існуючого готельного фонду малих та середніх категорій можуть отримати вигоду не тільки зі статусу національного оператора, але й створити переваги, які пов'язані з домінуванням на ринку.

Регіональні ринки готельних послуг в Україні є ненасичені і мають низький попит. Готелі вищої категорії затребувані в містах та курортних центрах. Однак у більшості міст споживачі віддають перевагу готелям середнього рівня через різницю в доходах у регіонах.

Серед економічних та соціально-політичних факторів, що перешкоджають розвитку туризму в Україні загалом наступними аспектами може бути виділено:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;
- відсутність реклами України за кордоном для туристів;
- спад інвестиційної активності з 2014 р. У цьому році готельний ринок в Україні був критичним. Кількість клієнтів у столичних готелях досягла абсолютного мінімуму - 28%.

Традиційно більшу частину попиту на готельні послуги у Києві формує бізнес-сегмент (близько 80% якого надходить з-за кордону, решта 20% - з регіонів України). Частка ділових туристів складає в середньому 65-80%, а решта формується представниками групового та індивідуального туризму.

Слід зазначити, що в теперішній час готельний бізнес переживає важкі часи. Світова криза, спричинена пандемією коронавірусу, кардинально змінила туристичну галузь у всьому світі, і Україна не стала винятком.

В умовах мінливого економічного та регуляторного середовища, готельєри стикаються з жорсткою реальністю різкого занепаду туристичної галузі з мінімальною або ж відсутньою підтримкою уряду, карантинами та незрозумілими економічними наслідками [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що поява нових національних готельних операторів в Україні не є утопією. У секторі готельних послуг, національні оператори вищої категорії стикаються з жорсткою конкуренцією, не

тільки на основі ціни, але й на основі якості. Готельні об'єкти будуть базуватися в основному в регіональних центрах і будуть об'єднані єдиною концепцією. У будь-якому випадку, розвиток українських готельних операторів означатиме перехід на новий рівень в рамках світового ринку готельних послуг.

Список використаної літератури:

1. Актуальні проблеми туристичного бізнесу. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 269 с. (Наукове).

2. Лунь І. (2021) Опитування серед гравців готельного ринку України щодо наслідків пандемії COVID-19
URL:<https://www.hospitalitynet.org/file/152008936.pdf>.

УДК 657.44:631.162

Н. М. Вдовенко, д.е.н., професор,
Національний університет біоресурсів та природокористування України
Л. В. Сокур, к.е.н., доцент,
Національний університет біоресурсів та природокористування України,
(м. Київ, Україна)

БАЗОВІ ПІДХОДИ ДО ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ БІОЛОГІЧНИМИ АКТИВАМИ

Анотація: Запропоновано до практичного використання прикладні рішення розв'язання методичних і практичних проблем бухгалтерського обліку в тваринництві, які пов'язані з застосуванням Методичних рекомендацій з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції сільськогосподарських підприємств і П (С)БО 30 «Біологічні активи». Досліджено стан організації первинного обліку операцій стосовно біологічних активів, їх перетворень у галузі тваринництва. Доведено, що удосконалення форм первинних документів, що застосовуються у тваринництві, повинно проходити шляхом поєднання накопиченого передового досвіду, застосування форм первинного обліку з їх подальшим удосконаленням шляхом впровадження нових реквізитів та показників.

Ключові слова: біологічні активи, тваринництво, сільськогосподарська продукція, справедлива вартість, реєстр обліку, галузь.

Сільськогосподарське виробництво складається з двох відносно самостійних галузей – рослинництва та тваринництва, що зумовлює складності організації бухгалтерського обліку і контролю. Роль бухгалтерського обліку біологічних активів посилилась з набуттям чинності П(С)БО 30 «Біологічні активи». Завдяки цьому біологічні активи виокремлено в окремий об'єкт обліку та впроваджено методологічні засади їх обліку. Серед галузей тваринництва традиційною галуззю для України є вівчарство. Його потужний потенціал завжди був пов'язаний з виробництвом таких незамінних видів сировини, як вовна, смушки, шкури. Крім того, вівці дають м'ясо – цінний дієтичний продукт, а в деяких районах – і молоко для виробництва бринзи та сирів. До біологічних активів та сільськогосподарської продукції у вівчарстві віднесено: основне стадо овець, вовну, сперму, приплід, смушки, ягнят на час відлучення, молоко. Продуктами переробки на які не поширюється П(С)БО 30 є пряжа, бринза,

різноманітні сорти сиру, кисломолочні продукти, м'ясопродукти [1]. Враховуючи специфічні особливості галузі вівчарства, даний вид господарювання передбачає облік довгострокових і поточних біологічних активів, додаткових біологічних активів, сільськогосподарської продукції. Основне стадо овець належить до довгострокових біологічних активів. До нього належать продуктивні тварини (вівцематки, барани), які постійно надають сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи. Сільськогосподарська продукція поділяється на основну (вовна основного стада овець), супутню (молоко від основного стада овець) та побічну (гній).

Об'єктом бухгалтерського обліку поточних біологічних активів у вівчарстві є молодняк овець на вирощуванні. Не включаються до складу поточних біологічних активів вівчарства – вівцематки, барани-плідники, валахи. Раціональна організація ведення бухгалтерського обліку продукції вівчарства повинна забезпечувати контроль за виконанням планів кількісних (кількість голів тварин, що поставлені на відгодівлю, і кількість центнерів приросту ваги тварин) і якісних показників відгодівлі, сприяти виявленню резервів підвищення ефективності відгодівельних операцій. Об'єктом бухгалтерського обліку біологічного перетворення біологічних активів вівчарства можуть бути види тварин (вівці) або однорідні групи біологічних активів, які складаються з певних статево-вікових (технологічних) груп (барани-плідники). Вівцематки, барани-плідники, барани-пробники, валахи придбані в інших господарствах, племінних об'єднаннях, оприбутковуються на підставі товарно-транспортних накладних і рахунків-фактур та за первісною вартістю, яка складається з витрат, фактично понесених господарством для їх одержання. Тварини, що надійшли в порядку безоплатної передачі від інших підприємств як їх частина пайової участі, обліковується на підставі рахунків-фактур і «Товарно-транспортних накладних на відпуск-прийом тварин і птиці» (спеціалізована форма № 1 с.-г.).

При отриманні приплоду (ягнят) слід дотримуватись встановленого порядку його документального оформлення і оцінки з метою оприбуткування і

визначення матеріально відповідальних осіб за подальше зберігання поголів'я тварин. Приплід з моменту народження визнається поточним біологічним активом та оприбутковується за справедливою вартістю. При формуванні чи переведенні тварин до основного стада складають «Акт № __ приймання довгострокових біологічних активів тваринництва (формування основного стада)» (форма № ДБАСГ-2). Акт заповнює зоотехнік (завідувач фермою, бригадир) у день переведення тварин. Документ підписують і працівники, які передали і які прийняли тварин на подальше утримання. Належним чином оформлені Акти підписує керівник структурного підрозділу, завідувач фермою та використовують для обліку тварин в Книзі обліку руху тварин і птиці на фермі (форма № ПБАСГ-12) та для зоотехнічного обліку. В кінці місяця Акти разом зі Звітом про рух тварин і птиці на фермі (форма № ПБАСГ-13) передають до бухгалтерії господарства, де їх використовують для відображення операцій щодо руху тварин в реєстрах обліку [3]. Отже, первісне визнання продукції вівчарства відображається в обліку в тому звітному періоді, у якому вона відокремлена від біологічного активу.

«Акт на оприбуткування приплоду тварин» (форма № ПБАСГ-3) складається в двох екземплярах завідувачем ферми, зоотехніком або бригадиром безпосередньо в день отримання приплоду. Один екземпляр Акту передається до бухгалтерії підприємства на наступний день після його складання, де він є підтвердженням для оприбуткування приплоду в бухгалтерських реєстрах. Другий екземпляр є підставою для здійснення записів в Книгу обліку руху тварин і птиці на фермі (форма № ПБАСГ-12) і в кінці місяця також надходить в бухгалтерію підприємства разом зі Звітом про рух тварин і птиці на фермі (форма № ПБАСГ-13). Дані актів, крім свого основного призначення – для обліку поголів'я тварин, – використовують також для нарахування заробітної плати робітникам ферм.

Для документального оформлення вибуття тварин в результаті забою, прирізування і падежу використовують «Акт на вибуття поточних біологічних

активів тваринництва (забій, прирізування і падіж)» (форма № ПБАСГ-6) та Обліковий лист забою і падежу тварин. Вибракування тварин із основного стада для відгодівлі та реалізації, без забою на підприємстві оформлюється «Актом №__ на списання довгострокових біологічних активів тваринництва (вибракування тварин)» (форма № ДБАСГ-4). На кожен випадок забою тварин, переведених з відгодівлі, вимушеного прирізування, падежу або гибелі від стихійного лиха тварин, або з інших причин, комісія, призначена керівником підприємства, складає «Акт на вибуття поточних біологічних активів тваринництва (забій, прирізування і падіж)» [2].

Відправлення вовни на фабрики і заготівельні пункти оформляють Товарно-транспортну накладну на відправку-прийняття вовни (форма №1-сг (вовна)). Відпуск продукції іншим (крім заготівельних і переробних) підприємствам оформляють Накладною на відпуск товарно-матеріальних цінностей (форма №М-20) або типовою формою накладної (форма № 1-ТН). До справедливої вартості забитих тварин додають витрати з забою. Якщо такі витрати не можна прямо віднести, то їх попередньо обліковують як цехові витрати з наступним розподілом пропорційно живої маси забитих тварин. Шкури та іншу побічну продукцію оцінюють за встановленими цінами чи цінами можливої реалізації і віднімають від загальної суми витрат. Витрати (без вартості побічної продукції) ділять на масу одержаного м'яса і визначають собівартість одного центнера м'яса. Якщо відбувається сортування м'яса, то витрати можна розподілити між видами та сортами продукції пропорційно цін реалізації. Якщо шкура загиблої тварини має товарну цінність і може бути реалізована, в Акті вказується: «Шкуру знято і здано на склад за накладною №__». Коли з визначених причин її не використовують, то в документі вказують: «Груп утилізовано разом зі шкурою». Після затвердження Акту роблять записи про вибуття поголів'я в «Книзі обліку руху тварин і птиці на фермі» (форма № ПБАСГ-12) та разом зі Звітом про рух тварин і птиці на фермі (форма № ПБАСГ-13) подають у бухгалтерію підприємства.

Галузь вівчарства має особливість, що одержану продукцію не тільки реалізують на сторону, а й у значній кількості споживають самим підприємством для повторення процесу виробництва і передають на переробку. При використанні продукції вівчарства всередині підприємства важливо вибрати відповідний метод її оцінки. Підхід має відповідати правилам ведення бухгалтерського обліку і вимогам ринкової економіки. Вивчені питання переробки вівчарської продукції на власних переробних потужностях чи на давальницьких умовах висвітлюють, що оприбуткування продукції з переробки здійснюється виходячи із фактичних витрат на її переробку та вартості сировини. Собівартість продукції виробництв, що здійснюють переробку лише власної продукції, розраховують діленням витрат на переробку та вартості переробленої продукції (без побічної продукції) на кількість одержаної основної продукції. Якщо здійснюють одночасно переробку власної і давальницької сировини, то собівартість продукції визначають таким чином [2]: а) обчислюють собівартість переробки одиниці сировини (виконаної роботи) шляхом ділення витрат по переробці (без вартості сировини) на кількість переробленої сировини (власної і давальницької); б) обчислюють собівартість продукції шляхом ділення витрат (витрати по переробці, вираховують множенням собівартості одиниці переробки на кількість переробленої власної сировини, плюс вартість сировини) на кількість одержаної з переробки власної готової продукції. Продукцію, передану для переробки, оцінюють за справедливою вартістю, визначеною під час первісного визнання цієї продукції.

Враховуючи зміни в методології бухгалтерського обліку, важливим його завданням є облік витрат на біологічні перетворення. Враховуючи специфіку галузі вівчарства, облік витрат можна вести за такими статтями витрат: корми, засоби захисту тварин (біопрепарати, медикаменти тощо), витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, роботи та послуги, витрати на ремонт необоротних активів, інші витрати на утримання основних засобів, інші витрати (включають страхові платежі зі страхування будівель і споруд, довгострокових

біологічних активів вівчарства, частину вартості літніх таборів для тварин), непродуктивні витрати (в обліку), загальновиробничі витрати. Витрати на утримання стригального пункту, стриження овець, пакування, маркування вовни відносяться безпосередньо на собівартість вовни [6]. Підводячи підсумок викладеному вище матеріалу, можна зробити наступний висновок, що правильна і раціональна організація ведення бухгалтерського обліку продукції вівчарства, повинна забезпечувати контроль за виконанням планів кількісних (кількість голів тварин, що поставлені на відгодівлю, кількість центнерів приросту маси тварин) та якісних показників відгодівлі, сприяти виявленню, використанню резервів підвищення ефективності відгодівельних операцій. Хочеться відмітити, що будь-які нововведення з питань бухгалтерського обліку не дадуть позитивних результатів, якщо бухгалтер вівчарського господарства не буде постійно замислюватись і не вдосконалюватиме свої знання в галузевому аспекті, оскільки знання біотехнічних особливостей росту овець у взаємозв'язку з обліковими даними надає широкі можливості для управління бізнесом.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 Біологічні активи: Затверджено наказом МФУ від 18.11.2005 № 790. Все про бухгалтерський облік. 2007. №18. С. 103–106.
2. Гончаренко Н. Визначення справедливої вартості біологічних активів з урахуванням цін активного ринку: методичні та інформаційні аспекти. Бухгалтерський облік і аудит. 2009. № 1. С. 40–45.
3. Вдовенко Н. М., Богач Л. В. Зміни у глобальних тенденціях формування біологічних активів та сільськогосподарської продукції. Науковий вісник Полісся. 2016. № 3 (7). С. 162–167.
4. Kozlovskiy S., Mazur H., Vdovenko N., Shepel T., Kozlovskiy V. Modeling and Forecasting the Level of State Stimulation of Agricultural Production in Ukraine Based on the Theory of Fuzzy Logic. Montenegrin journal of economics. 2018. Vol. 14. № 3. P. 37–53. DOI: 10.14254/1800-5845/2018.14-3.3

ОРГАНІЗАТОРИ МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

ГРОДНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(М. ГРОДНО, РЕСПУБЛІКА БІЛОРУСЬ)

ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(М. ХЕРСОН, УКРАЇНА)

ДЕРЖАВНА ВИЩА ПРОФЕСІЙНА ШКОЛА В КОНІНІ
(М. КОНІН, ПОЛЬЩА)

ЗАПОРІЖСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(М. ЗАПОРІЖЖЯ, УКРАЇНА)

ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
(М. ЛЬВІВ, УКРАЇНА)

НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ
(М. ДНІПРО, УКРАЇНА)

НАЦІОНАЛЬНИЙ НАУКОВИЙ ЦЕНТР «ІНСТИТУТ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ»
(М. КИЇВ, УКРАЇНА)

ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
(М. ПОЛТАВА, УКРАЇНА)

СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(М. СУМИ, УКРАЇНА)

ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МОЛДОВИ
(М. КИШИНІВ, МОЛДОВА)

УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ АГРАРНИХ НАУК
(М. КИЇВ, УКРАЇНА)

УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ В ПЕРЕЯСЛАВІ
(М. ПЕРЕЯСЛАВ, УКРАЇНА)

ФЕДЕРАЦІЯ АУДИТОРІВ, БУХГАЛТЕРІВ І ФІНАНСИСТІВ АПК УКРАЇНИ
(М. КИЇВ, УКРАЇНА)

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ
(М. ХАРКІВ, УКРАЇНА)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА
(М. ХАРКІВ, УКРАЇНА)

ХУЛУНБУИРСКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(АРВМ, Г. ХАЙЛАР, КНР)

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

матеріали

III Міжнародної науково-практичної конференції

Посвідчення УкрІНТЕІ № 55 від 21.01.2021 р.

*Затверджено до друку та поширення через мережу
Інтернет*

*Вченою радою факультету обліку та фінансів
Полтавської державної аграрної академії*

За редакцією проф. Пилипенко К.А.

Технічні редактор з іноземної мови – к.е.н., доцент Красота О.Г.

Технічні редактор – к.е.н., доцент Ермолаєва М.В.
к.е.н., доцент Ліпський Р.В.

Видається в авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших даних несуть автори статей.

Думки, положення і висновки, висловлені авторами, не обов'язково відображають позицію редакційної колегії.

